



**UFSC/EPS – UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA.**  
**PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**  
**MESTRADO EM ENGENHARIA DE PRODUÇÃO**

**HILDEFÔNCIO LISBOA NETO**

**ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM  
INSTITUIÇÃO FINANCEIRA COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO DE  
SUA RESPONSABILIDADE SOCIAL**

**FLORIANÓPOLIS**  
**2003**

HILDEFÔNCIO LISBOA NETO

ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÃO  
FINANCEIRA COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO DE SUA RESPONSABILIDADE  
SOCIAL

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina como parte dos requisitos para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção.

Profa. Dra. Ilse Maria Beuren

FLORIANÓPOLIS  
2003

## Ficha Catalográfica

LISBOA NETO, Hildefôncio. Organização das Informações do Balanço Social em Instituição Financeira como Instrumento de Gestão de sua Responsabilidade Social. Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2003.

145 p.

Dissertação: Mestrado em Engenharia de Produção

**Orientadora:** Profa. Dra. Ilse Maria Beuren

I. Universidade Federal de Santa Catarina

II. Título

HILDEFÔNCIO LISBOA NETO

ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÃO  
FINANCEIRA COMO INSTRUMENTO DE GESTÃO DE SUA RESPONSABILIDADE  
SOCIAL

Esta Dissertação foi julgada adequada para obtenção do título de Mestre em Engenharia de Produção e aprovada em sua forma final pelo Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Catarina.

---

Prof. Dr. Edson Pacheco Paladini

Coordenador PPGEF

Banca Examinadora:

---

Profa. Dra. Ilse Maria Beuren

Orientadora

---

Prof. Dr. Antonio Cezar Bornia

---

Prof. Dr. Luiz Alberton

A Deus, pela chance de uma segunda vida.  
A meus pais, Sr. Ananias e D. Irene, pelo exemplo de vida.  
Aos meus filhos Hebe, Lucy, Isis e Hugo, por serem  
a razão de minha vida.

## **AGRADECIMENTOS**

À Professora Dra. Ilse Maria Beuren pelo incentivo, paciência e dedicação no criterioso trabalho de acompanhamento e orientação desta dissertação.

Ao Banco do Brasil S.A. por me fornecer a oportunidade de crescimento pessoal e profissional e, em especial, pela utilização dos dados do balanço social da empresa para subsidiar a elaboração deste trabalho.

Aos funcionários da Agência do Banco do Brasil S.A., de Barreiras (BA), pelo companheirismo e apoio constante.

Aos colegas da turma de mestrado Tecpar 17, pela amizade, companheirismo e apoio durante o curso.

Ao colega de trabalho Araújo, pelo incentivo e apoio.

Aos que fazem a Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, pelo apoio à realização do curso.

A todos os que direta ou indiretamente contribuíram para a consecução desta dissertação.

## SUMÁRIO

LISTA DE FIGURAS.....	10
LISTA DE QUADROS .....	11
LISTA DE SIGLAS.....	12
RESUMO .....	13
ABSTRACT .....	14
1 INTRODUÇÃO .....	15
1.1 TEMA E PROBLEMA .....	17
1.2 OBJETIVOS .....	20
1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO .....	20
1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA .....	23
1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO .....	26
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	28
2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	29
2.1.1 Significado de responsabilidade social.....	30
2.1.2 Responsabilidade social empresarial .....	32
2.1.3 Cidadania empresarial.....	34
2.1.4 Crescimento da responsabilidade social.....	36
2.1.5 Responsabilidade social das instituições financeiras.....	39
2.1.6 Gestão da responsabilidade social .....	42
2.2 CONTABILIDADE SOCIAL .....	43
2.2.1 Conceito de contabilidade social .....	44
2.2.2 Account Ability 1000 - AA1000.....	47
2.3 BALANÇO SOCIAL .....	50
2.3.1 Conceituação de balanço social .....	51
2.3.2 Origem do balanço social .....	53
2.3.2.1 No exterior .....	56
2.3.2.2 No Brasil.....	60
2.3.3 Aspectos contábeis relevantes do balanço social .....	63
2.3.4 Usuários do balanço social.....	67
2.3.5 Obrigatoriedade de publicação do balanço social .....	71
2.3.6 Legislações relacionadas ao balanço social.....	75
2.3.7 Modelos de balanço social .....	77
2.3.7.1 Modelo IBASE .....	78
2.3.7.2 Modelo do Instituto Ethos .....	80

2.4 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO .....	82
3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES	
DO BALANÇO SOCIAL NO BANCO DO BRASIL .....	89
3.1 SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL.....	89
3.2 HISTÓRIA DO BANCO DO BRASIL .....	93
3.3 PERCEPÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	96
3.3.1 BB Educar .....	99
3.3.2 AABB Comunidade .....	101
3.3.3 Criança e Vida .....	102
3.3.4 Programa Trabalho e Cidadania.....	103
3.3.5 Projeto Memória .....	104
3.3.6 Escola Campeã .....	105
3.3.7 Banco de Tecnologias Sociais.....	106
3.3.8 Justiça Itinerante .....	107
3.3.9 Diversidade .....	107
3.3.10 Projetos de Desenvolvimento Sustentável .....	108
3.4 ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL .....	109
3.5 UTILIZAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL NA GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	112
3.6 ALGUNS ASPECTOS SOBRE O BALANÇO SOCIAL DO BB DE 2002 .....	116
3.7 DIVULGAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL .....	117
4 PROPOSTA DE ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÃO FINANCEIRA .....	120
4.1 FORMA DE ORGANIZAR AS INFORMAÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL .....	121
4.2 APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BALANÇO SOCIAL.....	123
4.3 UTILIDADE DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL NA GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL.....	127
4.4 DIFICULDADES DE IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS .....	128
5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES.....	131
5.1 CONCLUSÕES .....	131
5.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS .....	135
REFERÊNCIAS .....	137
APÊNDICES .....	141



ANEXOS.....	144
-------------	-----

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 - A EMPRESA É UMA COALIZAÇÃO DE INTERESSES .....	33
FIGURA 2 - ALGUNS USUÁRIOS DO BALANÇO SOCIAL .....	69

## LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - PREJUÍZOS SOCIAIS CONTRABALANÇADOS COM BENEFÍCIOS SOCIAIS .....	34
QUADRO 2 - MODELO DE BALANÇO SOCIAL DO IBASE .....	79
QUADRO 3 - MODELO DE BALANÇO SOCIAL DO INSTITUTO ETHOS .....	81
QUADRO 4 - MODELO DE DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO ...	86
QUADRO 5 - ESTRUTURA DO BALANÇO SOCIAL DO BB .....	110
QUADRO 6 - ÁREAS DE ATUAÇÃO DA FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL ...	112
QUADRO 7 - PROPOSTA DE ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS .....	124

## LISTA DE SIGLAS

AA1000	Account Ability 1000
AABB	Associação Atlética Banco do Brasil
ABRASCA	Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto
ADCE	Associação dos Dirigentes Cristãos de Empresas
BACEN	Banco Central do Brasil
BB	Banco do Brasil S.A.
BNDES	Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social
CASSI	Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil
CMN	Conselho Monetário Nacional
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
ETHOS	Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social
FEBRABAN	Federação Brasileira dos Bancos
FIPECAFI	Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras
IBASE	Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas
IOB	Informações Objetivas e Publicações Jurídicas Ltda
ONG	Organização Não Governamental
PREVI	Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil
PUC	Pontifícia Universidade Católica
RAIS	Relação Anual de Informações Sociais
SUMOC	Superintendência da Moeda e do Crédito
UNESCO	Organização das Nações Unidas para a Educação, a Ciência e a Cultura

## **RESUMO**

LISBOA NETO, Hildefôncio. **Organização das Informações do Balanço Social em Instituição Financeira como Instrumento de Gestão de sua Responsabilidade Social.** Florianópolis, UFSC, Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, 2003.

Atualmente, está havendo uma retomada da consciência social das empresas, e isso vem sendo demonstrado através da elaboração do balanço social. Nesse sentido, o presente trabalho desenvolve um estudo sobre o balanço social em instituição financeira como instrumento de gestão e informação de sua responsabilidade social. O objetivo geral consiste em desenvolver uma proposta de organização das informações do balanço social em instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social. O trabalho inicia-se com a revisão de literatura, destacando a contribuição da responsabilidade e contabilidade social para a gestão dos negócios da organização. Apresenta a discussão sobre a responsabilidade social em instituições financeiras e aspectos sobre a Account Ability 1000 - AA1000. Faz a descrição do instrumento de balanço social, desde aspectos conceituais e históricos, até usuários, legislação e modelos. Faz ainda uma abordagem da demonstração do valor adicionado. Finalmente, apresenta o estudo de caso do Banco do Brasil, descrevendo e analisando a organização das informações do balanço social nesta organização. Em seguida apresenta-se a proposta de organização das informações do balanço social em instituição financeira. Conclui-se que a organização das informações do balanço social constitui-se em importante suporte de gestão da responsabilidade social na instituição financeira estudada.

**PALAVRAS CHAVE:** Balanço Social, Instrumento de Gestão, Responsabilidade Social

## **ABSTRACT**

LISBOA NETO, Hildefôncio. **Organization of the Information of the Social Rocking in Financial Institution as Instrument of Management of its Social Responsibility.** Florianópolis, UFSC, Program of Pós-Graduação in Engineering of Production, 2003.

Currently, it is having one retaken of the social conscience of the companies, and this comes being demonstrated through the elaboration of the social rocking. In this direction, the present work develops a study on the social rocking in financial institution as instrument of management and information of its social responsibility. The general objective consists of developing a proposal of organization of the information of the social rocking in financial institution, in order to serve of instrument of management of its social responsibility. The work initiates with the literature revision, detaching the contribution of the responsibility and social accounting for the management of the businesses of the organization. It presents the quarrel on the social responsibility in financial institutions and aspects on the Account Ability 1000 - AA1000. It makes the description of the instrument of social rocking, since conceptual and historical aspects, until users, legislation and models. It still makes a boarding of the demonstration of the added value. Finally, it presents the study of case of the Bank of Brazil, describing and analyzing the organization of the information of the social rocking in this organization. After that it is presented proposal of organization of the information of the social rocking in financial institution. One concludes that the organization of the information of the social rocking consists in important support of management of the social responsibility in the studied financial institution.

**WORDS KEY:** Social rocking, Instrument of Management, Social Responsibility.

## **1. INTRODUÇÃO**

A empresa, no contexto atual, é um sistema social, que se renova a partir de seu desenvolvimento. Ela, ao se transformar numa cultura, cria um conjunto de ações relativas a seu posicionamento externo, de caráter ideológico, comportamental e material, que proporciona sua sobrevivência, manutenção e crescimento.

Betinho (apud SILVA e FREIRE, 2001) pontua que, está cada vez mais difundida, nos vários setores da sociedade, a idéia de que a atual situação do mundo requer atenção especial das empresas para sua dimensão social. A dimensão delas não se restringe apenas a uma determinada sociedade, cidade, país, mas no modo que se organiza e atua, por meio de atividades essenciais. As empresas, públicas ou privadas, queiram ou não, são agentes sociais no processo de desenvolvimento.

A afirmação clássica da responsabilidade social corporativa, conforme Stoner e Freeman (1999), foi criada por Andrew Carnegie em seu livro “O evangelho da riqueza” , publicado em 1899, o qual baseava-se no princípio da caridade, onde os membros ricos da sociedade eram obrigados a ajudar os mais pobres e no princípio da custódia, os ricos eram guardiões da riqueza e da propriedade pública. Sua filosofia inspirou uma preocupação com a responsabilidade social das empresas. No entanto, conscientizar as empresas da sua responsabilidade social é um processo desafiador.

Atualmente, está havendo uma retomada da consciência social, pois a sociedade, como um todo, tem poderes para pressionar o meio empresarial e o governamental, no sentido de buscar maior igualdade social. Numa sociedade que se preocupa com o papel da empresa, é de suma importância que seja exigido que demonstre não só a sua atividade econômica e financeira, mas também as atividades desenvolvidas no campo social.

Silva e Freire (2001) ressaltam que é necessário desenvolver a tomada de consciência dos empresários para que a gestão empresarial integral inclua necessária e obrigatoriamente a sua responsabilidade social.

As informações constantes das demonstrações contábeis, exigidas pela Lei n.º 6.404/76, são quase intraduzíveis para a maioria das pessoas leigas em contabilidade e até mesmo para pequenos investidores. Além disso, apenas evidencia a situação patrimonial, econômica e financeira da empresas em um determinado momento.

Somente demonstrar e gerar lucros aos seus proprietários é a visão ultrapassada de uma classe de empresários que não coaduna com o novo ambiente no qual estão inseridos. É necessário que se mostre o quanto a empresa investe em seus colaboradores, qual o valor dado ao capital humano, quais são as atividades desenvolvidas em prol da sociedade, do meio ambiente.

No entanto, a sociedade está passando por um amplo processo de transformação. Nesta perspectiva, de acordo com Silva e Freire (2001), nos fóruns nacionais e internacionais dedicados ao assunto, ganha destaque a criação e a instituição de mecanismos de monitoramento e de prestação de contas que visam divulgar e dar transparência as ações desenvolvidas.



A velocidade de circulação de informações e a pressão da sociedade civil organizada em nível global, por exemplo, são influências que vêm sendo sentidas especialmente pelas grandes corporações e grupos multinacionais, suscitando a vigilância das empresas quanto aos fatores capazes de afetá-las e que merecem, assim, acompanhamento específico.

No âmbito internacional, destacam-se as auditorias e certificações, normas contábeis que procuram estabelecer um conjunto de padrões e indicadores auferíveis, relativos às condutas trabalhistas, sociais e ambientais adotadas. Tinoco (2001, p.14) relata que:

um conceito modernamente aceito diz que a existência das empresas não pode se justificar exclusivamente pela capacidade que elas demonstrem de gerar lucros aos seus proprietários. Desse tipo de visão empresarial derivam programas de incentivo e motivação aos empregados, programas de treinamento, reciclagem e desenvolvimento de pessoal, políticas de benefícios sociais, atitudes de preservação e recuperação do meio ambiente, dentre outras.

Aí está a importância destas ações, quanto mais evidenciadas e transparentes forem estas ações, mais empresas se sentirão motivadas a ter esta mesma atitude.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA

Destaca-se a necessidade das organizações evidenciarem as ações de responsabilidade social, para incentivar outras a seguirem o mesmo caminho. Assim vem ganhando relevância o balanço social, como demonstrativo das ações das empresas no que diz respeito a sua responsabilidade social.

Devido a esta mudança de pensamento, o profissional de contabilidade tem um desafio: alertar o empresário à nova realidade mundial, na qual as empresas estão sendo cobradas pelas ações que desenvolvem junto à comunidade, bem como a forma de demonstrar tal fato.

No Brasil, há indícios de que as empresas já estão começando a se preocupar em demonstrar como a riqueza é gerada pelas mesmas e distribuída entre os colaboradores, ao governo e aos acionistas. Inclusive há uma proposta de alterar a Lei das Sociedades por Ações, obrigando a elaboração e publicação da demonstração do valor adicionado. Trata-se da proposição de alteração da Lei n. 6.404/76, apresentada pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários) em 1999.

Para servir a este objetivo, algumas entidades estão divulgando o seu respectivo balanço social, o qual, em virtude de não ser obrigatório, também não é passível de fiscalização em relação à sua autenticidade. Ficando, portanto, a cargo exclusivo da empresa, a iniciativa e o compromisso de disponibilizar aos usuários da informação contábil a contribuição efetiva da empresa no que diz respeito à sua responsabilidade social.

Carvalho (apud TINOCO, 2001) argumenta que, a noção de responsabilidade social remete para a atitude da empresa, em face das exigências da sociedade, definindo o papel social e desenvolver para, assim obter legitimidade e responsabilidade perante os diversos grupos humanos que a integram e a comunidade como um todo.

Ressalta-se que a divulgação do balanço social tem trazido benefícios para a sociedade, pois através dele constata-se que as empresas estão buscando alternativas para ajudar o Estado a resolver os problemas sociais. Haja vista que, a partir do momento em que a empresa sente-se também responsável pelas

desigualdades sociais e poluição do meio ambiente, aumenta a obrigação de contribuir para um ambiente social mais humanizado.

Quanto mais empresas divulgarem o balanço social, a tendência é de que outras irão trilhar o mesmo caminho. Desse modo, num futuro muito próximo, é possível que estas empresas serão diferenciadas pelas suas ações voltadas à sociedade.

A principal função do balanço social é tornar público como a empresa encara sua responsabilidade social, mostrando, com transparência, para o público em geral, seus clientes, consumidores e corpo de funcionários, assim como para seus acionistas, investidores institucionais e organismos governamentais, o que a empresa está fazendo na área social.

Uma iniciativa que merece destaque é a dos bancos, que desde 1993, através da FEBRABAN (Federação Brasileira dos Bancos), vêm prestando contas sobre sua atuação no campo social, mostrando, de forma transparente, como retornam à sociedade o valor agregado por sua participação na atividade econômica do país. Todavia, acredita-se que as instituições financeiras divulguem o balanço social mais para atender a pressão da sociedade em geral do que para sua própria gestão. Desta forma, a organização das informações do balanço social está mais enfocada na apresentação dos dados de cunho externo à organização.

Assim, julga-se oportuno, elaborar uma proposta de organização de tais informações, de modo que venham a servir de instrumento de gestão da responsabilidade social das instituições financeiras.

Diante do exposto, elaborou-se a seguinte questão-problema: *Como as informações do balanço social podem ser organizadas em uma instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social?*

## 1.2 OBJETIVOS

O objetivo geral do estudo consiste em desenvolver uma proposta de organização das informações do balanço social em instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social.

Como objetivos específicos elaboraram-se os seguintes:

- pesquisar conceitos de responsabilidade social aplicáveis a instituição financeira e o principal instrumento de sua evidenciação;
- verificar a organização das informações do balanço social em uma instituição financeira; e
- identificar melhores práticas de organizar as informações de responsabilidade social, sob a ótica da gestão, em uma instituição financeira.

## 1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

A responsabilidade social empresarial é um tema de destaque nos principais centros da economia mundial. Normas e padrões certificáveis, relacionados especificamente ao tema responsabilidade social, como o guia AA 1000, vêm ganhando crescente aceitação.

No Brasil, o movimento de valorização da responsabilidade social empresarial ganhou forte impulso na década de 90, através da ação de entidades não governamentais, institutos de pesquisa e empresas sensibilizadas para a questão.

Neste sentido, o balanço social, como informação complementar às demonstrações contábeis, traz números relacionados à destinação do valor

econômico gerado e de indicadores que evidenciam o papel social das empresas (IBASE, 2002). Embora ainda não seja uma obrigação legal, há uma tendência da prática da elaboração, divulgação e análise do balanço social ser cada vez mais adotada por um número maior de organizações.

Estão interessadas em demonstrar para os seus clientes, acionistas e a sociedade em geral, que além das suas metas de lucratividade e rentabilidade, existe uma preocupação com a responsabilidade social da organização e com os impactos da sua atuação no ambiente físico e social da comunidade na qual atuam.

De acordo com Tinoco (2001), o balanço social é um instrumento de gestão e de informação que visa reportar, de forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, do desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, dentre estes os trabalhadores. É preciso mostrar que os benefícios proporcionados pela atuação da organização, seja ela uma empresa, uma fundação, ou um agente governamental, são superiores aos seus custos para a sociedade e eventuais vantagens auferidas do ambiente em que atua.

Está-se diante de um novo paradigma, que engloba e busca de soluções para problemas sociais, o empenho na melhoria da qualidade de vida e a crença nas conquistas significativas de cidadania. Hoje já não basta satisfazer os clientes, obter qualidade e agregar valor.

Stoner e Freeman (1999) pontuam que a responsabilidade social de uma organização envolve seu relacionamento com o mundo externo. É preciso que as empresas tenham ética, mas lembram que ética é um termo mais geral, que envolve tanto os relacionamentos internos quanto os externos.

Muitas organizações já perceberam que o seu desenvolvimento e crescimento, a longo prazo, estão diretamente relacionados ao desenvolvimento e

crescimento dos seus empregados, clientes, fornecedores e da melhoria da qualidade de vida da população em geral, incluídos os cuidados necessários à manutenção de um meio-ambiente saudável.

Para Silva e Freire (2001), foi nos anos 90, que essas preocupações e atuações no âmbito social tornaram-se uma questão econômico-financeira, relacionada à sobrevivência empresarial, ligada a uma nova visão estratégica de longo prazo. Contudo, não se pode esquecer o lado ético e humano que essa prática de responsabilidade social envolve, por seu turno, ou pode ajudar a desenvolver.

Assim, de modo a atender aos objetivos a que se destina o balanço social, torna-se essencial o estabelecimento de uma forma sistematizada. Constituindo-se, portanto, em uma metodologia, para levantamento, quantificação e organização das informações necessárias para compor tal demonstração.

Tais considerações justificam a escolha do tema. Com o presente trabalho não se tem a pretensão de estabelecer novos critérios para a elaboração de um balanço social, mas sim demonstrar como podem ser organizadas as informações do balanço social em uma instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social.

De acordo com Maximiano (2000), o fato de que as organizações, assim como os indivíduos, têm responsabilidades sociais, à medida que o seu comportamento afeta outras pessoas. Querendo elas ou não, há pessoas e grupos dispostos a cobrar essas responsabilidades por meio de ativismo político, da imprensa, da legislação e da atuação nos parlamentos.

Diante do cenário em que as organizações vêm dando ênfase crescente ao social, preocupando-se mais com o bem estar de seus funcionários e a sociedade em geral, considera-se relevante a abordagem do tema responsabilidade social e

balanço social, tanto para as organizações como para as pessoas que atuam neste ambiente competitivo.

O assunto instiga o pesquisador pela possibilidade de reunir, nesse estudo, marcos teóricos que alicerçaram a produção acadêmica a respeito do tema. Não obstante, a pesquisa é viável porque existe a possibilidade de se conhecer o assunto amplamente, no aspecto teórico, mediante estudo da literatura disponível, bem como, estudar as características do balanço social em uma instituição financeira, visto seu vínculo empregatício com a mesma.

É relevante às empresas, profissionais do mercado e acadêmicos, uma vez que podem valer-se do presente trabalho para conhecer aspectos básicos que alicerçam o assunto, identificando tendências sobre o processo como um todo, além de conhecer uma realidade empírica relacionada.

#### 1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Gil (1995) argumenta que o delineamento expressa o desenvolvimento da pesquisa, com ênfase nos procedimentos técnicos de coleta e análise de dados.

Desta forma, esta pesquisa possui um enfoque exploratório. Segundo Gil (1999) “a pesquisa exploratória tem como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e idéias tendo em vista a formulação de hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores”. Pode-se dizer que a pesquisa exploratória é desenvolvida com a finalidade de proporcionar visão geral de determinado fato. Geralmente é utilizada quando o tema escolhido é pouco explorado.

A abordagem desta pesquisa exploratória é de natureza qualitativa. Godoy (1995) comenta que “na pesquisa qualitativa a preocupação do pesquisador não

deve ser a representatividade numérica do grupo pesquisado, mas o aprofundamento da compreensão de um grupo social, de uma organização, de uma instituição, de sua trajetória etc”.

Assim, a pesquisa foi realizada por meio de um estudo de caso. De acordo com Gil (1995) “o estudo de caso é caracterizado pelo estudo profundo de um ou de poucos objetos, de maneira a permitir conhecimento amplo e detalhado do mesmo”.

Lüdke e André (1986) citam as características ou princípios freqüentemente associados ao estudo de caso:

- Os estudos de caso visam à descoberta;
- Os estudos de caso enfatizam a “interpretação do contexto”;
- Os estudos de caso buscam retratar a realidade de forma completa e profunda;
- Os estudos de caso usam uma variedade de fontes de informação;
- Os estudos de caso revelam experiência vicária e permitem generalizações;
- Estudos de caso procuram representar os diferentes e, às vezes, conflitantes pontos de vista presentes numa situação social;
- Os relatos do estudo de caso utilizam uma linguagem e uma forma mais acessível do que os outros relatórios de pesquisa.

O estudo de caso pode ser simples ou múltiplo. O estudo de caso simples permite um maior nível de detalhamento do objeto pesquisado. Esta é a abordagem metodológica que deu suporte a este trabalho. A instituição objeto de estudo foi o Banco do Brasil S.A., em função da sua representatividade no setor bancário nacional, bem como pela disposição em fornecer os dados necessários para o desenvolvimento da pesquisa.

Quanto aos sujeitos da pesquisa, Vergara (1998, p.50) explica que “sujeitos de pesquisa são as pessoas que fornecerão os dados de que você necessita”. Desta forma, os sujeitos da pesquisa foram os gerentes e chefes de setores envolvidos diretamente com o processo de elaboração do Balanço Social no Banco do Brasil, quais sejam: Vice-Presidente de Finanças, Mercado de Capitais e Relações com



Investidores, que subordina a Diretoria de Finanças, que é responsável pela elaboração do Balanço Social; Vice-Presidente de Diretoria de Gestão de Pessoas e Diretor de Gestão de Pessoas.

Nesta linha, os dados coletados para a realização desta pesquisa podem ser distinguidos em dois tipos: primários e secundários. Os dados primários foram inéditos e coletados através de entrevista semi-estruturada (Apêndice A), no mês de janeiro de 2003, pelo próprio pesquisador.

Richardson (1999) destaca a entrevista como uma técnica importante, que permite o desenvolvimento de uma estreita relação entre as pessoas. É o modo de comunicação no qual determinada informação é transmitida de uma pessoa “A” a uma pessoa “B”. Na categoria de dados secundários incluem-se aqueles disponíveis na organização, em publicações e outros documentos organizacionais.

No que concerne ao tratamento dos dados, Vergara (1998) relata que o tratamento de dados refere-se àquela seção na qual se explica para o leitor como se pretende tratar os dados a coletar, justificando por que tal tratamento é adequado aos propósitos do projeto. Para a análise dos dados neste estudo, foram considerados o método de pesquisa selecionado e a natureza do trabalho, que não exigiu processos estatísticos. A finalidade da análise foi de reunir dados e organizá-los de forma a possibilitar a identificação e análise de como o Banco do Brasil elabora seu relatório de ações sociais.

Desse modo utilizou-se a análise de conteúdo, para os dados primários, e análise documental, para os dados secundários. De acordo com Roesch (1999) “a análise de conteúdo busca classificar palavras, frases ou mesmo parágrafos em categorias de conteúdo”. Já a análise documental, segundo Lakatos e Marconi (1991), “se caracteriza pela coleta de dados restrita a documentos, escritos ou não”.

Não obstante, toda pesquisa apresenta limitações em função do método adotado. Uma limitação desta pesquisa é o próprio método de estudo simples de caso. Outra limitação é que o presente estudo busca somente identificar uma possível forma de organizar as informações do Balanço Social em instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social e não proporá um modelo padrão a ser seguido.

Convém ressaltar que realizou-se um estudo para avaliação da forma de organização das informações do Balanço Social no Banco do Brasil S.A., e não das ações sociais desta, ou seja, não se fez indicações de possíveis investimentos da empresa neste setor. Apesar destas limitações, a pesquisa é viável porque existe a possibilidade de se conhecer o assunto no aspecto teórico, mediante estudo da literatura disponível sobre o tema, e prático através de estudo de caso.

## 1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Considerando-se os objetivos estabelecidos no presente estudo, o trabalho foi dividido em cinco capítulos. Neste capítulo introdutório, apresenta-se o tema e problema, os objetivos geral e específicos, a justificativa do estudo, a metodologia da pesquisa e a organização do trabalho.

No segundo capítulo, apresenta-se a revisão de literatura que fundamenta o estudo. Inicia-se com a abordagem das definições de responsabilidade social e contabilidade. Na sequência contempla-se um estudo sobre o valor adicionado.

O capítulo terceiro evidencia a apresentação do estudo de caso, que se dá no Banco do Brasil. Desta forma, primeiramente contextualiza-se a organização foco de estudo de caso com suas características e uma definição do sistema financeiro nacional. A seguir evidencia-se como a mesma organiza e divulga suas informações

de cunho social. O quarto capítulo aborda a proposta de organização das informações sociais. No capítulo cinco, são expostas as conclusões da pesquisa e recomendações para trabalhos futuros sobre o tema investigado.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

Novos conceitos que surgem no mundo dos negócios originam-se também das transformações específicas da sociedade. Um exemplo é a formulação internacional do Índice de Desenvolvimento Humano, feita na última década do século XX. As propostas formuladas em termos de equidade, desenvolvimento sustentável e participação nos processos decisórios são as bases de novas relações que entrelaçam as dimensões econômicas, sociais e políticas.

As demandas das organizações sindicais, dos movimentos ecológico, feminista e negro, das associações de consumidores e dos usuários de serviços são exemplos de como os diversos segmentos da sociedade sabem mobilizar-se para reivindicar novos critérios de convivência, que muitas vezes afetam diretamente as formas de rentabilidade econômica. Na avaliação da performance da empresa entra também sua conduta social em seu grupo de trabalhadores, consumidores, opinião pública e território em que ela se encontra inserida.

Assim, atualmente, está havendo uma retomada da consciência social, tanto no cenário internacional como nacional. Parston (apud GRIFANTE, 1999), destaca que, a sociedade espera que as organizações reconheçam suas preocupações. Se não através de algum tipo de benefício social, pelo menos assegurando que não estão contribuindo para algum dano social. A sociedade como um todo, tem poderes para pressionar o meio empresarial e o governamental, no sentido de buscar maior igualdade social.

Assim, no presente capítulo inicia-se com uma abordagem sobre a responsabilidade social das empresas. Também faz uma incursão teórica na contabilidade social. Na seqüência, contempla aspectos relevantes do balanço social, com ênfase na conceituação, origem, questões contábeis, variáveis, obrigatoriedade, legislação e modelos. Por último, discute a demonstração do valor adicionado.

## 2.1 RESPONSABILIDADE SOCIAL

A responsabilidade social das organizações, conforme Maximiano (2000), está entre as tendências mais importantes que influenciam a teoria da administração na passagem para o século XXI. O debate sobre a responsabilidade social acentuou-se recentemente, devido a problemas como poluição, desemprego e proteção dos consumidores, entre outros que envolvem as organizações.

Carvalho (*apud* KROETZ, 2000) afirma que toda empresa exerce funções de cidadania, as quais implicam deveres e direitos de natureza não muito diferentes aos que correspondem às pessoas (cidadãos) individualmente. A responsabilidade social de uma empresa consiste na sua decisão de participar mais diretamente das ações comunitárias na região em que está presente e minimizar possíveis danos decorrentes do tipo de atividade que exerce.

Essas expressões remetem às atividades localizadas, geralmente de dimensões pequenas e com relacionamentos personalizados, com uma imagem altamente positiva. Contudo, apoiar o desenvolvimento da comunidade e preservar o meio ambiente não são suficientes para atribuir a uma empresa a condição de socialmente responsável. É necessário investir no bem estar de seus funcionários e

dependentes, num ambiente de trabalho saudável, além de promover comunicações transparentes, dar retorno aos acionistas, assegurar sinergia com seus parceiros e garantir a satisfação dos seus clientes e/ou consumidores.

Neste sentido, Parston (apud GRIFANTE, 1999) destaca que as pessoas do lado de fora das organizações, que produzem bens e serviços para uso privado, esperam que estas organizações reconheçam as preocupações da sociedade, se não através de algum tipo de benefício social, pelo menos assegurando que não estão contribuindo para algum dano social, como poluição, racismo ou aumento da violência.

As empresas são importantes agentes de promoção do desenvolvimento econômico e do avanço tecnológico, possuem grande capacidade criadora e de geração de recursos. O bem estar comum depende cada vez mais de uma ação cooperativa e integrada de todos os setores da economia, num processo de desenvolvimento que coloque como metas a preservação do meio-ambiente e a promoção dos direitos humanos.

### **2.1.1 Significado de responsabilidade social**

De acordo com o Instituto Ethos (2000), “o conceito de responsabilidade social é amplo, referindo-se à ética como princípio balizador das ações e das relações com todos os setores públicos com os quais a empresa interage: acionistas, funcionários, consumidores, rede de fornecedores, meio-ambiente, governo, mercado e comunidade”. A questão da responsabilidade social vai, portanto, além da postura legal da empresa, da prática filantrópica ou do apoio à

comunidade. Significa mudança de atitude, numa perspectiva de gestão empresarial, com foco na qualidade das relações e na geração de valor para todos.

Na visão de Megginson (1998), “a responsabilidade social representa a obrigação da administração de estabelecer diretrizes, tomar decisões e seguir rumos de ação que são importantes em termos de valores e objetivos da sociedade”.

Ao adicionar às suas competências básicas um comportamento ético e socialmente responsável, as empresas adquirem o respeito das pessoas e comunidades que são impactadas por suas atividades. Também são gratificadas com o reconhecimento de seus consumidores e engajamento dos seus colaboradores, fatores cruciais de vantagem competitiva e sucesso empresarial. Ao mesmo tempo, de acordo com o Instituto Ethos (2000), a responsabilidade social empresarial, como estratégia de gestão, contribui para a construção de uma sociedade mais justa e mais próspera.

Segundo Burlingame (1999), os últimos vinte anos testemunharam um grande aumento no número de organizações sem fins lucrativas ou não governamentais, bem como um aumento dos estudos sobre estas. O aumento do número deste tipo de organizações, tem sido tratado por Salamon (*apud* BURLINGAME, 1999) como uma revolução global de parcerias. No Brasil, são estimados 200.000 organizações do setor não lucrativo em funcionamento; no Egito, ao redor de 20.000; e na Tailândia, perto de 11.000.

Pesquisadores têm freqüentemente se concentrando na relação entre o setor não lucrativo e o governo. No entanto, aos poucos está despertando o interesse entre essas organizações e o setor empresarial. A maneira como as empresas interagem com organizações voluntárias privadas na obtenção mútua de objetivos,

está se tornando o foco, inclusive, de grande parte do debate sobre doações empresariais.

### **2.1.2 Responsabilidade social empresarial**

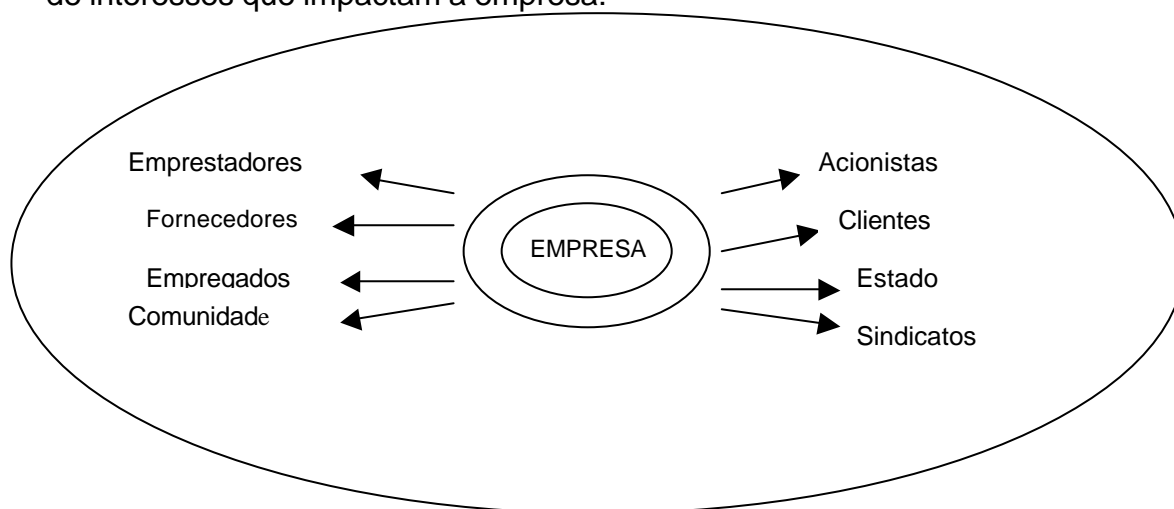
Responsabilidade social empresarial, ou aquelas ações pelas quais as empresas atendem expectativas sociais em qualquer época, de acordo com Sethi (*apud* BURLINGAME, 1999), tem sido o termo mais utilizado nos últimos quarenta anos. Vários outros termos, que têm sido usados para expressar esse conceito, levam em conta a performance social da empresa, o envolvimento da comunidade empresarial e o investimento da comunidade empresarial.

De acordo com Carvalho (*apud* TINOCO, 2001), a noção de responsabilidade social remete para a atitude da empresa, em face das exigências da sociedade, em consequência de suas atividades, a avaliação e compensação dos custos sociais que a mesma gera e a ampliação do campo de seus objetos, para assim, obter legitimidade e responsabilidade perante os diversos grupos humanos que a integram e a comunidade em seu conjunto.

Silva e Freire (2001) argumentam que é possível pensar nessa realidade: “ter não somente um balanço financeiro das empresas, mas também um social, para que o conjunto da sociedade tome conhecimento do que já avançamos e do que teremos ainda a avançar nessa direção”. Os tempos e as consciências estão maduros, para que essa idéia caia em terreno fértil e se transforme em realidade, é preciso que cada um tome a iniciativa e faça sua parte. O Brasil não pode esperar que o desenvolvimento passe por cima dos interesses e das cabeças de milhões de pessoas.



De acordo com Tinoco (2001), a empresa aparece cada vez mais como sendo o resultado de uma coalizão de interesses entre diferentes grupos sociais. A intensidade de seu poder é diretamente em função de sua organização, isto é, de sua identificação enquanto grupo. As exigências desses grupos estão relacionadas com seu poder e por isso tem necessidade de obter e trocar informações, cujas modalidades são adaptadas às suas exigências. Na Figura 1 demonstra-se coalizão de interesses que impactam a empresa:



**Figura 1 - A empresa é uma coalizão de interesses**

Fonte: Tinoco (2001, p.24).

Observa-se que a empresa está sempre entre interesses, sejam eles internos ou externos, e que a melhor forma de sobreviver a estes interesses é se adequar a eles.

Maximiano (2000) ressalta que o princípio da responsabilidade social baseia-se na premissa de que as organizações são instituições sociais, que existem com autorização da sociedade, utilizam os recursos da sociedade e muitas vezes provocam efeitos que nem sempre são bons para seus parceiros. O Quadro 1

evidencia a tentativa de contrabalançar os prejuízos sociais com benefícios sociais causados pelas empresas.

BENEFÍCIOS	PREJUÍZOS
Criação de empregos	Danos ao ambiente
Pagamento de impostos e salários	Utilização e manipulação dos empregados
Promoção da distribuição da renda	Demissões, desemprego
Treinamento da mão-de-obra	Relações suspeitas com o poder, corrupção de funcionários públicos
Desenvolvimento de fornecedores	

#### **Quadro 1 – Prejuízos sociais contrabalançados com benefícios sociais**

Fonte: adaptado de Maximiano (2000, p.442)

A base para a aceitação da doutrina da responsabilidade social é a proposição de que as organizações provocam efeitos que nem sempre são bons para seus *stakeholders*. Seus benefícios para a coletividade são contrabalançados pelos prejuízos que, involuntariamente, muitas vezes causam, como resume o quadro 1. Desta forma faz-se necessária a divulgação das informações sociais das empresas, para que a própria sociedade possa avaliar a contribuição das organização para com o meio em que estão inseridas.

#### **2.1.3 Cidadania empresarial**

O conceito cidadania empresarial, conforme Burlingame (1999), também vem sendo muito utilizado e tem estado em vias de tornar-se o termo global, usualmente empregado como um conceito multifacetado, que engloba e une o interesse próprio (auto-interesse) dos negócios e das partes envolvidas da empresa (*stakeholders*)

com os interesses mais gerais da sociedade. Filantropia empresarial, por outro lado, é entendido como sendo um termo mais estreito, restrito às doações de caridade que uma empresa pode fazer para cumprir parte das responsabilidades de cidadania, sendo ainda uma novidade na comunidade global.

Cidadania empresarial, entretanto, tem estado presente em várias formas e em diferentes níveis, por vários séculos. Smith (1983) destaca algumas ocorrências até muito remotas na tradição chinesa. Até mesmo Adam Smith, em sua obra *A Riqueza das Nações*, percebeu que o interesse de se manter uma sociedade saudável está presente na cultura dos negócios, isso porque esse interesse cria um clima propício para o desenvolvimento dos próprios negócios.

A relação entre o lucro da empresa e a responsabilidade ou performance social tornou-se um campo de pesquisa ativo desde a década de 60. Quanto ao conceito de cidadania empresarial, Logan (*apud* BURLINGAME, 1999, p.16) argumenta que empresas têm interesse embutido em “investimento social estratégico”, haja vista que o mesmo é um pré-requisito necessário para o sucesso nos negócios .

Smith (1983) afirma que esse novo paradigma encoraja a empresa a apoiar, financiar e desempenhar papéis de liderança nas mudanças sociais, ao mesmo tempo que alcança objetivos de negócios. Como cidadãos, no entendimento do senso comum, as empresas procuram modos de conciliar interesse próprio com melhoria social.

Numa nova visão de cidadania empresarial, a medida do sucesso de uma empresa não seria demonstrada como uma certa porcentagem da receita líquida

destinada à caridade. Copeland et al. (2001, p.45) mencionam que ao invés disso, usando-se ferramentas e técnicas que respondam as seguintes questões:

A atividade vai aumentar as receitas da firma ou reduzir seus custos? É importante para os objetivos das relações funcionários-empresa? Irá aumentar a reputação ou promoverá a imagem da empresa para com as partes envolvidas?

As mudanças que atualmente alimentam a revolução de parcerias, identificada por Burlingame (1999), é que o velho paradigma de empresa *versus* governo, privado *versus* público, e outras analogias desse tipo, não mais parecem adequadas. O que está surgindo é um modelo de cidadania empresarial que enxerga os negócios com responsabilidade dentro do contexto social.

Para que a cidadania empresarial global volte-se para as soluções dos problemas comunitários, ela deve basear-se numa estratégia de colaboração para além dos setores da sociedade. Esta seria enraizada em relações recíprocas ao invés de ações extraídas, ou seja, descoladas da realidade particular.

#### **2.1.4 Crescimento da responsabilidade social**

Não há somente um único motivo para a cidadania empresarial, também o bem social, que resultaria da ação empresarial, deveria ser o foco de avaliação da cidadania empresarial ao invés da tentativa de descobrir estes motivos. Smith (1983, p.146) diz que “as empresas podem autobeneficiar-se com ações e benefícios à sociedade, incluindo os pobres”.

Cresce, no Brasil, o entendimento de que uma política de desenvolvimento social está a exigir a participação de novos atores. O Estado, sem dúvida, deve ser o principal protagonista. Assim, face às limitações da ação do Estado e à natureza do

fenômeno da exclusão social, somente com uma ampla mobilização da sociedade será possível reunir recursos suficientes para enfrentar os problemas.

De acordo com o IBASE (2002), trata-se, portanto, de buscar parceiros fora do Estado, isto é, na sociedade ou, mais especificamente, nas empresas privadas e no terceiro setor.

Nos últimos anos, tem sido observado que as empresas privadas e as organizações do terceiro setor vêm mobilizando um volume cada vez maior de recursos destinados às iniciativas sociais. O protagonismo dos cidadãos e de suas organizações rompe a dicotomia entre público e privado, no qual o público era sinônimo de estatal, e o privado, de empresarial. A atuação das empresas em atividades sociais e a expansão do terceiro setor dão origem a uma esfera pública não estatal.

Segundo Torres (2002), responsabilidade social das empresas, nos países considerados os mais desenvolvidos e democráticos do globo, não é um assunto novo. Foi a partir do período que vai do final dos anos 60 e início da década de 70, na Europa e nos Estados Unidos da América, que a sociedade iniciou uma cobrança por maior responsabilidade social por parte das empresas e consolidou-se a própria necessidade de divulgação destas atividades sociais e ambientais, através dos relatórios e balanços sociais anuais. No Brasil, só no início dos anos 90 é que algumas empresas passaram a levar a sério a questão social e a divulgar sistematicamente suas ações em relação à comunidade, ao meio ambiente e ao seu próprio corpo de funcionários.

De acordo com o IBASE ([www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)), a responsabilidade social está sendo vista, como um compromisso da empresa com relação à sociedade e a

humanidade em geral, uma forma de prestação de contas do seu desempenho, não só quando da utilização de recursos naturais, mas como forma de ajudar a minimizar o quadro de problemas sociais no meio em que atua. “Quando falamos em utilização de recursos naturais, devemos lembrar que algumas empresas usufruem desses recursos para desenvolverem seus produtos, contraindo uma dívida social”. Em contrapartida, elas devem se preocupar em solucionar esses problemas sociais, que muitas vezes são gerados pelas mesmas.

Na verdade, não é só apoiando o desenvolvimento da comunidade e preservando o meio ambiente que uma empresa cumprirá seu papel de socialmente responsável, é necessário, em primeiro lugar, que ela se preocupe com a responsabilidade social interna, investindo no bem estar de seus funcionários e dependentes, desenvolvendo um ambiente de trabalho saudável, promovendo uma comunicação transparente, dando retorno aos seus acionistas, assegurando sinergia com seus parceiros, garantindo, assim, a satisfação de seus clientes e consumidores.

As empresas que querem atuar com responsabilidade social, além de promover as boas condições internas, têm que se preocupar, ainda, com as seguintes áreas do balanço social: meio ambiente; segurança e qualidade dos seus produtos e serviços; desenvolvimento dos direitos humanos; conduta de responsabilidade social; entre outras.

O mais interessante nisso tudo, de acordo com o IBASE ([www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)) , é que as ações que dizem respeito à responsabilidade social das empresas, não estão sendo cobradas por meio de instrumentos legais, mas, através da pressão dos grupos sociais ou da própria comunidade, obrigando as empresas a definirem não só objetivos econômico-financeiros, como também, objetivos de caráter social, uma

vez que tais objetivos demonstrarão à sociedade seus compromissos para com os empregados e o meio ambiente em que estão inseridas.

Torres (2002) comenta que uma pesquisa realizada nos EUA demonstra que, "76% dos consumidores preferem marcas e produtos envolvidos com algum tipo de ação social, desde que eles tenham preço e qualidade competitivos". Uma forte constatação de que o consumidor começa a desenvolver uma consciência social e cobrar mais das empresas, fazendo com que elas criem uma nova postura que é a de tornar-se uma empresa-cidadã.

Na medida em que as instituições sociais começam a exigir mais transparência e responsabilidade social por parte de todas as empresas, futuramente ter-se-á organizações realmente comprometidas com seu meio ambiente. Além disso, socialmente responsáveis por estarem não apenas gerando riquezas para alguns poucos - os acionistas - mas, por ajudar a mudar o panorama atual da população, contribuindo assim para o desenvolvimento econômico e humano da sociedade como um todo.

O exercício da cidadania empresarial assegura, a qualquer empresa, ganhos e benefícios diversos, como valorização da imagem, aumento nas vendas, difusão da marca, fidelidade dos clientes e retorno para os acionistas pelo desenvolvimento social da comunidade, e, o mais importante, ajuda a minimizar as desigualdades sociais existentes em nosso País.

#### **2.1.5 Responsabilidade social das instituições financeiras**

Como uma forma de demonstração de estar atenta às mudanças, muitas organizações, inclusive as instituições financeiras, estão demonstrando através do

balanço social o que têm feito pelos seus colaboradores bem como pela sociedade em que está inserida.

Neste sentido, Ferreira (2002, p.4) cita que:

Já foi o tempo em que a contribuição da empresa se resumia a produzir, criar empregos e pagar impostos, ficando o resto a cargo do Estado, de instituições de caridade e benemerência ou à própria sorte dos necessitados. Um Estado mínimo exige cidadania máxima, onde os mais capazes assumem responsabilidade solidária por aqueles que não estão conseguindo superar dificuldades e alcançar condições dignas de vida.

Num momento em que a economia e a oferta de trabalho crescem aquém do necessário, agravam-se as desigualdades sociais em nosso País. Nesse ambiente, a ação voluntária e a responsabilidade social tem um papel cada vez mais fundamental na transformação social.

Consciente de seu papel social, o sistema financeiro vem realizando investimentos para ampliar as facilidades de acesso para clientes e usuários de seus serviços. Esses investimentos permitem que a rede bancária receba e processe quase 2,2 bilhões de documentos para a sociedade, órgãos públicos e concessionárias de serviços básicos, com conforto, agilidade e segurança cada vez maior.

Com investimentos crescentes em tecnologia da informação, o sistema financeiro vem garantindo a ampliação e a diversificação da oferta de serviços, com redução de custos e melhoria da qualidade do processamento de transações bancárias para os clientes e usuários dos setores público e privado.

De acordo com a FEBRABAN (2002), pesquisa realizada pela Fundação Getúlio Vargas (FGV) indica que os bancos destinam anualmente cerca de 9,7% de seu patrimônio à investimentos em tecnologia da informação, mais do que o dobro da média nacional. Parcela significativa desses investimentos foi direcionada para o



SPB – Sistema de Pagamentos Brasileiro, que visa tornar mais rápidas e seguras as transferências e pagamentos entre agentes econômicos, com benefícios que se refletirão positivamente no dia-a-dia das empresas e das pessoas, e na percepção externa do risco-Brasil.

A responsabilidade social das instituições financeiras começa dentro de casa, oferecendo uma gama significativa de benefícios para seus funcionários, como, por exemplo, ajuda à alimentação, assistência médica e odontológica, auxílio-creche e auxílio-transporte. Para tanto, aumentam a cada ano os investimentos nestas áreas.

A maioria dos bancos concentra volume significativo de seus investimentos sociais na área cultural. Segundo a FEBRABAN (2002), dos bancos que forneceram informações para o balanço social, a maior parte desenvolveu ações em 2001, somando investimentos próximos de R\$ 100 milhões. Os projetos culturais dos bancos privilegiam a cultura brasileira. Os patrocínios ou os apoios são dirigidos às festas locais, peças teatrais, edição de livros, gravação de CDs, festivais de música, de dança, teatro, bandas, gincanas culturais, congressos, seminários, premiações, entre outros.

Os bancos atuam também socialmente na área de saúde, principalmente por meio de doações financeiras e de equipamentos às instituições que prestam algum tipo de atendimento gratuito. Realizam campanhas de prevenção a doenças como a AIDS, contra drogas ou dão assistência e apoio à gestantes. De acordo com a FEBRABAN (2002), ações nessas áreas foram desenvolvidas em 2001 pelos bancos BB, BMG, do Estado do Espírito Santo, do Estado do Maranhão, da Amazônia, do Estado do Pará, Itaú, Dresdner Bank, HSBC, Lloyds TSB, Multistock, VR, Nossa Caixa, Citibank e Unibanco.

Assim, na perspectiva da responsabilidade social, pode-se dizer que é importante a atuação das instituições financeiras em várias áreas da sociedade, particularmente no que diz respeito ao incentivo de realizações sociais. No entanto, essas ações precisam ser gerenciadas, para não se constituir apenas num gesto vago e sem efetividade.

#### **2.1.6 Gestão da responsabilidade social**

O tema responsabilidade social integra-se ao da governança corporativa, ou seja, com a administração das relações contratuais e institucionais estabelecidas pelas organizações e as medidas adotadas para o entendimento das demandas e dos interesses dos diversos participantes envolvidos. Dessa forma, conforme Tinoco (2001), a responsabilidade social está relacionada com a gestão de empresas em situações cada vez mais complexas, nas quais questões como as ambientais e sociais são crescentemente mais importantes para assegurar o sucesso e a sustentabilidade dos negócios.

De acordo com o BNDES ([www.bndes.gov.br](http://www.bndes.gov.br)), o desenvolvimento desses conceitos e dos debates a eles vinculados está inserido no contexto internacional da globalização dos mercados. Esta, ao mesmo tempo em que amplia as possibilidades de trocas internacionais, impõe barreiras e desafios nos campos ético, cultural, político e comercial. Nesse contexto, o BNDES destaca:

- a) o posicionamento mais consciente e exigente dos consumidores e organizações da sociedade civil, atentos ao padrão competitivo das organizações em todo o mundo, sobretudo quanto à exploração de inadequadas condições sociais e trabalhistas;

- b) a questão do *dumping* social, que envolve tanto valores éticos quanto discurso de caráter protecionista não formais;
- c) evitar choques culturais, no ambiente interno e externo às organizações, conquistar aceitação e credibilidade dos novos mercados, e as dificuldades decorrentes dos processos de fusões e aquisições também são assuntos que envolvem a globalização social.

Sendo assim, vale ressaltar que, viver na sociedade, tanto para as pessoas como para as instituições, significa participar ativamente do seu tempo, estar atento e adiantar-se prontamente às transformações sociais, culturais, políticas e econômicas a que a sociedade está permanentemente sujeita, enfim ter responsabilidade social.

A responsabilidade social pressupõe o reconhecimento da comunidade e da sociedade como partes interessadas da organização, com necessidades que precisam ser atendidas. A publicação do balanço social é importante, na medida em que torna pública a conexão da empresa com a realidade social do país e dos seus recursos humanos. Ainda são poucas as organizações que publicam seus balanços sociais, geralmente são as que têm tradição de envolvimento nessa questão. O ideal é que esse número aumente, pois isso dá transparência junto aos consumidores e o mercado de trabalho.

## 2.2 CONTABILIDADE SOCIAL

De acordo com Silva (1995), as demonstrações financeiras fornecidas pela contabilidade constituem importante grupo de informações, que são examinadas com vistas ao processo de tomada de decisões. No entanto, a contabilidade deve

buscar explicações que transcendem a esfera convencional de atuação, como por exemplo, flutuações econômicas e fatores que afetam a oferta e a demanda na economia local, para alcançar melhores resultados.

Quando usada no processo de controle, a informação contábil, reveste-se de grande importância, pois, além de prestar-se como padrão e *feedback* para o processo, pode ser também usada como medida de desempenho das pessoas, envolvidas na gestão das diversas áreas. Vale destacar que, os gestores precisam, além da demonstração da situação passada da organização, as projeções futuras desta, bem como, informações sobre o ambiente onde a empresa está inserida.

Esse cenário faz com que as organizações procurem adaptar-se ou moldar-se às novas tendências, pois são as atitudes administrativas as grandes propulsoras das mudanças sociais e ambientais, favoráveis ou desfavoráveis. Lopes de Sá (1995) afirma que a prosperidade da sociedade depende da prosperidade das células sociais, ou seja das entidades, e estas, devem estar voltadas à prática da contabilidade social.

Desse modo, Conforme Kroetz (2000), o desenvolvimento da contabilidade social faz-se necessário, porquanto a sociedade parece exigir das organizações, por meio de seus gestores, maior clareza em suas ações, para que possam ser responsabilizados por seus atos, observando não apenas preço e qualidade, mas também a relação entre a entidade e o meio ambiente e a sociedade.

### **2.2.1 Conceito de contabilidade social**

O conceito contabilidade social permanece ainda muito vago ou pouco aplicável. O tema Contabilidade Social tem sido discutido com certa frequência nos meios profissional e acadêmico. Percebe-se que no cenário nacional, a

contabilidade social tem assumido certa importância, sendo que nos Estados Unidos e principalmente em países da Europa esse conceito já está mais difundido.

Segundo Montoro e Franco (1994, p.15), “a contabilidade social é, basicamente, uma metodologia para registrar e quantificar os agregados macroeconômicos de uma forma coerente e sistemática”. Desta forma, este objetivo é o objetivo central da elaboração de um sistema de contas nacionais.

Assim, numa visão macroeconômica, de acordo com Gordon (2000), a contabilidade social é uma técnica estatística de registro e mensuração das inúmeras variáveis definidas pela teoria macroeconômica dos diversos setores econômicos de um país.

O estudo ora apresentado se enquadra dentro da visão micro da contabilidade social, pois se insere melhor nesta visão. Ramanathn (*apud* KROETZ, 2000) afirma que, na década de 70, conceituava-se “contabilidade social como um processo de seleção de variáveis, medidas e procedimentos para avaliar a atividade social da empresa com o objetivo de produzir informação relevante e divulgá-la aos públicos interessados, internos e externos”.

Conforme Kroetz (1998, p.45), “a Contabilidade Social pode ser visualizada como uma parte da Ciência Contábil, que procura estudar os reflexos das variações patrimoniais nas empresas, na sociedade e no meio ambiente”.

Elliot e Elliot (*apud* KROETZ, 2000) identificam alguns elementos que consideram essenciais na contabilidade social, são eles:

- a) ser aplicável ao nível das microorganizações, proporcionar informação para que se avaliem os custos e benefícios de sua atividade, independentemente de seu tipo e natureza pública ou privada;

- b) ser de fácil entendimento, a informação proporcionada pela contabilidade social deve ser de fácil acesso e interpretação e não ter uma perspectiva elitista, tal como acontece geralmente com a informação financeira, ou seja, de fácil compreensão apenas aos mais letrados;
- c) abarcar todas as áreas de interesse, o público, em geral, e os empregados necessitam de informações diferentes das que interessam diretamente aos investidores; e
- d) poder ser auditada de forma independente, para a credibilidade da informação. É importante certificar-se de que tudo o que é relevante seja divulgado e que as unidades de medida sejam apropriadas, sobretudo quando as empresas tendem a omitir acontecimentos que lhes são desfavoráveis.

Vale destacar que a contabilidade social busca a verdade (impactos) sobre a circulação da riqueza entre a entidade e a sociedade - causa e efeito. Visando criar um sistema capaz de inventariar, classificar, registrar, demonstrar, avaliar e explicar os dados sobre a atividade social e ambiental da entidade, de modo que, no final de cada exercício, ou a qualquer momento, se possa preparar informes, como o balanço social e as demonstrações de valor adicionado.

A contabilidade social é um produto da conscientização, por parte das empresas, de sua responsabilidade social. Desta forma, aborda-se-á a seguir a *Account Ability 1000 – AA1000*, que nos últimos anos tem se tornado o principal guia para medir a responsabilidade social das empresas.

### 2.2.2 Account Ability 1000 - AA1000

O surgimento da AA1000, guia da responsabilidade social, é um indício de que o fenômeno da responsabilidade social das empresas é visto de forma estratégica e pode se configurar numa tendência mundial.

O Account Ability 1000 (AA1000) é um instrumento de gerenciamento ético e social, que auxilia organizações, sejam elas empresariais, governamentais ou não-governamentais - em seus balanços de mesmo tema, apontando caminhos e discutindo soluções. Ele foi desenvolvido a partir do consenso de várias organizações que experimentavam os desafios do planejamento e gerenciamento empresarial com foco na responsabilidade ética e social.

Fabião (2002) relata que o aparecimento do guia AA1000 (Responsabilidade Social) é um indício de que o fenômeno da responsabilidade social das empresas é visto de forma estratégica e pode se configurar numa tendência mundial. Esse guia, criada pelo Instituto da Responsabilidade Social e Ética (Account Ability Institute) da Inglaterra, tem como objetivo assegurar a qualidade da responsabilidade social e ética. É um guia básico, e como tal pode ser usado de duas maneiras:

- a) como uma moeda de troca comum para confirmar a qualidade dos guias de responsabilidade social especializados, existentes e emergentes;
- b) como um sistema e processo independente e único para gerenciar e comunicar a responsabilidade e o desempenho social e ético.

Vários instrumentos vêm sendo desenvolvidos para ajudar empresas neste engajamento, que deve envolver a todos: consumidores, fornecedores, funcionários, acionistas, governo, ou seja, os *stakeholders* da empresa. A operacionalização do

guia AA1000 se destaca como uma forma mais abrangente de monitoramento e contabilidade social.

Nos últimos anos, a cultura das empresas para a questão social e ética melhorou, e esta conduz ao crescimento dos padrões e dos modelos de medida da contabilidade social. A AA1000 é alinhada e tem conexões próximas com a SA 8000 (Contabilidade Social), visando a proteção dos direitos dos trabalhadores. A ISO 14001 (organização padrão internacional) apresenta muitos de seus processos que focalizam edições ambientais.

De acordo com Zadek (2000), a AA1000 é um guia básico da responsabilidade, visando qualidade na contabilidade, examinando o processo de relatório ético e social, a fim de favorecer um trajeto sustentável do desenvolvimento. Compreende princípios e um conjunto de orientações de processo. Os princípios e as orientações de processo são sustentados pelo princípio da responsabilidade social para com os *stakeholders*.

A AA1000 objetiva apoiar a aprendizagem organizacional e o desempenho geral – aprendizagem social e ética, ambiental e econômica – e, por consequência, a contribuição da organização no sentido de um caminho para o desenvolvimento sustentável. Fabião (2002) lembra que é interessante notar que tal guia pressupõe o diálogo entre todas as partes interessadas no negócio, sendo que a divulgação dos resultados sociais só faz sentido com o retorno da opinião do parceiro.

Zadek (2000) pontua que, a AA1000 não é um padrão ou certificado, mas um instrumento para estimular a inovação baseada em princípios da qualidade, fornecendo garantias aos *stakeholders*, baseados na qualidade da contabilidade social e relatório ético das organizações. Não fornece uma estrutura para a solução dos conflitos entre a organização e grupos de interesse relacionados, mas fornece



um processo que possa ser usado como uma base para construir um relacionamento comum e uma confiança mútua.

Segundo Zadek (2000), as principais vantagens decorrentes da AA1000 são:

- a) permite a avaliação dos indicadores chaves do desempenho social;
- b) melhora a gerência da qualidade nos relacionamentos com os *stakeholders*;
- c) promove o relacionamento com os empregados;
- d) melhora a confiança de *stakeholders* externos;
- e) ajuda e melhora a manutenção de boas relações de parceria;
- f) auxilia na avaliação e controle dos riscos que podem acontecer nos relacionamentos externos (avaliação, marca);
- g) ajuda nos relacionamentos entre instituições e organizações públicas;
- h) promove o treinamento e a identificação de fornecedores de serviços qualificados.

Pode-se citar como principal vantagem das empresas que implantam a AA1000, aquela que mais pesa para todas elas, o seu reconhecimento público pela ação que está desenvolvendo. Além desta, cita-se a vantagem financeira, pois perante várias instituições financeiras o conceito destas organizações sobe bastante.

Denota-se salientar ainda, que fornece um direcionamento que as organizações podem usar para compreender e melhorar seu desempenho ético-social, e meios para outras julgarem a validade das reivindicações para ser ética.

Dada a discussão sobre a AA1000 - guia de responsabilidade social, seus objetivos vantagens, a seguir aborda-se o instrumento do balanço social, como ferramenta de evidenciação das informações sociais.

## 2.3 BALANÇO SOCIAL

O balanço social visa dar conhecimento daquelas ações empresariais que tem impactos não apenas no desempenho financeiro, mas também na relação capital-trabalho e na geração de riqueza e bem-estar para a sociedade.

Silva e Freire (2001) destacam que, elaborar o balanço social é um estímulo à reflexão sobre as ações das empresas no campo social. O balanço social estimulará o controle social sobre o uso dos incentivos fiscais e outros mecanismos de compreensão de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá como parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, no campo das políticas sociais.

O balanço social, como instrumento de divulgação deste tipo de informação, pode contribuir para reforçar a imagem institucional de corporações ou das marcas de produtos a elas associados, na medida em que se apresente não apenas como mais um atributo de marketing, mas como um demonstrativo da efetiva responsabilidade social assumida e praticada pela empresa e, como tal, entendida e reconhecida pela sociedade.

Para Marqués (1978), em uma perspectiva ampla a empresa é o seu pessoal. Fazer um balanço social é, com efeito, em um amplo sentido descrever seu pessoal, a forma como este evolui, as diversas categorias que o compõe, as condições nas quais trabalha, como entra e como sai da empresa, a interface, enfim, deste parceiro privilegiado com os outros membros da entidade.

Para Tinoco (2001), o balanço social é uma necessidade de gestão e resposta a uma demanda de informações. Afirma que tem um duplo objetivo: a) no plano legal, fornece um quadro de indicadores a um grupo social, que após ter sido apenas um simples fator de produção, encontra-se promovido como parceiro dos dirigentes da empresa; b) no plano de funcionamento da empresa, serve de instrumento de pilotagem no mesmo título que os relatórios financeiros. Os trabalhadores encontram-se assim associados à elaboração e à exceção de uma política que os liga ao principal dirigente.

Desta forma, pode-se dizer que o balanço social é um instrumento de gestão constituído por um processo que abrange planeamento, execução, acompanhamento e avaliação das ações sociais das empresas em geral. Neste momento faz-se mister trazer algumas definições de balanço social.

### **2.3.1 Conceituação de balanço social**

Denomina-se balanço social à publicação de um conjunto de informações e de indicadores dos investimentos e das ações realizadas pelas empresas no cumprimento de sua função social junto às comunidades, colaboradores e ao governo, com quem interagem direta e indiretamente.

Tinoco (1984, p.41) ressalta que:

na fotografia da situação patrimonial da entidade tirada pela contabilidade tradicional, devem ser adicionadas imagens dinâmicas, que ajudem os usuários da informação a compreender o conteúdo, a extensão, o significado e as perspectivas apontadas pelas demonstrações contábeis. Chamemos isto de balanço social.

Assim, pode-se dizer que o balanço social vai além das demonstrações contábeis tradicionais, uma vez que, engloba também, aspectos sociais das

organizações. Em uma definição mais abrangente, Cappellin e Giuliani (1999, p.10) afirmam que:

O balanço social é um documento que reúne um conjunto de informações sobre as atividades da empresa orientado para melhor gerência dos recursos humanos e naturais e das relações com seus *partners* externos. É, antes de tudo, um instrumento capaz de aperfeiçoar o planejamento da própria empresa que o redige. Sua publicação também pode contribuir para atrair a atenção e a simpatia dos que o lêem. Sua difusão nas mídias revela aspectos encobertos da cultura da empresa, qualifica as iniciativas orientadas a responder às demandas sociais, mostrando a disponibilidade desta para o diálogo com a sociedade.

É em verdade, um instrumento de apresentação e avaliação do desempenho da empresa no campo da cidadania empresarial. De acordo com o Projeto de Lei 32/99, de 03 de fevereiro de 1999, de autoria do deputado Paulo Rocha, consta a seguinte conceituação:

Balanço social é um documento pelo qual a empresa apresenta dados que permitam identificar o perfil da atuação social da empresa durante o ano, a qualidade de suas relações com os empregados, o cumprimento das cláusulas sociais, a participação dos empregados nos resultados econômicos da empresa e as possibilidades de desenvolvimento pessoal, bem como a forma de sua interação com a comunidade e sua relação com o meio ambiente.

Neste sentido, o balanço social é tido como o instrumento que demonstra todas as ações sociais desenvolvidas pela organização em determinado período.

Para a Comissão de Valores Mobiliários - CVM ([www.cvm.com.br](http://www.cvm.com.br)), o balanço social é o instrumento que possibilita à sociedade ter conhecimento das ações empresariais (sociais). Esse conhecimento se processa mediante a divulgação de um conjunto de informações relevantes, normalmente agrupadas em indicadores que evidenciam, dentre outros, os gastos e investimentos feitos em benefício dos empregados da sociedade em geral.

Desta forma, o balanço social é um instrumento de demonstração das atividades das empresas, com ênfase no social, que tem por finalidade transmitir maior transparência e visibilidade às informações que interessam não apenas aos sócios e acionistas das companhias, mas também a um número maior de atores: empregados, fornecedores, parceiros, consumidores e comunidade.

### **2.3.2 Origem do balanço social**

As empresas, sejam elas estatais ou privadas, por força da lei elaboram um único instrumento de divulgação e avaliação dos seus resultados: as demonstrações contábeis. A finalidade principal destas demonstrações é evidenciar o que a empresa realizou em termos econômicos, financeiros e patrimoniais, durante um determinado período, podendo resultar em números positivos ou negativos.

Copeland et al. (2001) relatam que, dessa forma, os acionistas, os investidores e demais interessados na empresa podem saber em que situação está a saúde financeira da organização. Evidentemente, o tradicional balanço, podendo ser assim identificado, expressa a primeira grande responsabilidade da empresa, ou seja, ser uma instituição que cumpra com os seus deveres legais, comercializando bens e serviços, gerando empregos diretos e indiretos, pagando em dia os seus tributos e, principalmente, auferindo lucros para os seus acionistas. Realizando tudo isso, pode-se dizer que a empresa cumpre integralmente com as suas obrigações enquanto unidade econômica.

No entanto, com o surgimento de outras responsabilidades, as empresas se deparam com a necessidade de elaborar instrumentos que congreguem resultados ligados diretamente a estas novas responsabilidades, funcionando como mecanismos de prestação de contas, a exemplo do balanço social.

Nesse sentido, quando uma determinada empresa começa a se envolver com questões que vão além de suas tradicionais responsabilidades econômicas, pode-se afirmar que ela possui atividades, até certo ponto, alheias ao seu objetivo maior para a qual foi concebida, ou seja, gerar lucro.

Quando se adotam no debate, falado ou escrito, itens ligados ao aspecto social, naturalmente há uma preocupação que vai além de aspectos simplesmente econômicos, pois estes mesmos são considerados como meios e não fins.

De acordo com Tinoco (2001), mais recentemente, a sociedade, sujeito e objeto das atividades humanas, vem propugnando por maior abertura, quanto à relevância de informações econômicas, financeiras, sociais e ambientais, que justifiquem a razão de ser das entidades, como sujeitos públicos, inserindo-se, portanto, no contexto dos usuários do balanço social.

Complementa dizendo que as entidades consomem recursos naturais, renováveis ou não, direta ou indiretamente, que constituem parte integrante do patrimônio da humanidade, utilizam recursos humanos, físicos e tecnológicos, que pertencem à pessoas e, portanto, à sociedade. As organizações vivem em função da sociedade, devendo, em troca, revelar informações de como usam eficiente e eficazmente esses recursos.

Kroetz (2000) argumenta que as novas exigências do mercado, influenciadas pela globalização, por um público mais consciente e por investidores mais exigentes e preparados, têm feito com que as organizações publiquem suas demonstrações com maior transparência e qualidade, evidenciando os aspectos qualitativos do patrimônio e, ao mesmo tempo, sua preocupação com o bem-estar social e ambiental.

Esta realidade social demanda o investimento e a apresentação de resultados diretamente ligados a indicadores sociais, como por exemplo: educação, saúde, lazer, esporte, cultura, assistência social etc. Este movimento da empresa em direção a uma realidade à qual ela sempre pertenceu, mas pouco valorizou ao longo dos tempos, mostra um possível amadurecimento do mundo empresarial em relação a uma responsabilidade que sempre foi delegada ao poder público-estatal.

Entretanto, é preciso que a empresa encare a realidade social com o mesmo profissionalismo que ela reserva para os seus negócios. Isso proporciona um desempenho com mais qualidade, além de possibilitar melhores condições para o desenvolvimento de instrumentos de informação e avaliação, como é o caso do balanço social. Dessa forma, os resultados tendem a ser positivos em termos de atuação social, conferindo avanços tanto para a organização quanto para o público beneficiado.

De acordo com o IBASE ([www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)), o balanço social representa a expressão de uma prestação de contas da empresa à sociedade, face à sua responsabilidade para com a mesma.

A sua simplicidade garante o envolvimento de mais empresas e é fundamental para que nenhuma delas se sinta desestimulada pelo custo de fazê-lo. Um quadro simples tem a vantagem de levar as empresas a divulgarem seu balanço social independente do porte e do setor onde atuam. Já a predominância de indicadores quantitativos evita que este instrumento se torne apenas uma peça de marketing. Sendo simples e quantitativo, o mercado pode exercer o papel de auditor das empresas. Quem divulgar dados falsos poderá ter sua imagem deteriorada junto ao público.

O balanço social não é um instrumento recente de divulgação das ações sociais da empresa frente à sua responsabilidade com o meio em que está inserida. Em países desenvolvidos, seja em caráter obrigatório ou não, o balanço social já vem sendo divulgado há algumas décadas. Na seqüência faz-se uma incursão em seu surgimento no exterior.

#### 2.3.2.1 No exterior

Não existe precisamente uma data específica do descobrimento ou invenção do balanço social. O que ocorreu foi uma evolução de relatórios que continham informações e dados a respeito de funcionários e também sobre atividades sociais praticadas pelas empresas.

Nos primórdios do capitalismo, de acordo com o IBASE ([www.ibase.gov.br](http://www.ibase.gov.br)), só se prestava contas aos credores e aos sócios, além do governo, tudo sob a ótica do capital e seus rendimentos na forma de juros ou lucros, bem como a tributação sobre os mesmos. A Contabilidade preocupava-se somente em dar informações sobre os capitais recebidos pela empresa e a qualidade da sua utilização.

Na Europa, a mão-de-obra começa a receber grande destaque e há então um movimento em prol das prestações de contas sobre os recursos humanos à disposição da empresa: quantos são, quanto ganham, que benefícios têm, como evoluem, que grau de instrução possuem, quais treinamentos recebem da empresa e outras informações. Trata-se de um movimento que procura dar o mesmo status à mão-de-obra, que já era dado ao capital. É o início do balanço social.

Kroetz (2000) explica que, na Europa, as propostas do balanço social desenvolveram-se em direção à solidariedade econômica do bloco europeu em formação e enfatizaram os aspectos do planejamento humano e social na empresa,



no sentido de que assumissem igualdade de competência e aceitação, comparativamente aos demais processos empresariais.

Nos Estados Unidos, na década de 60, surge a preocupação por parte das empresas em prestar informações ao público sobre suas atividades no campo social. O repúdio da população à guerra do Vietnã deu início a um movimento de boicote à aquisição de produtos e ações de empresas que de alguma forma estavam ligadas a esse conflito armado. Tinoco (1993, p.22/23) esclarece que:

A Guerra do Vietnã, na década de 60, sob a administração de Nixon, gerou profunda insatisfação popular, fazendo com que a sociedade se manifestasse e repudiasse tal disputa. A utilização de armamentos sofisticados - bombas de fragmentação, gases paralisantes, napalm etc. – produzidos pelas empresas norte-americanas, que prejudicavam o homem e o meio ambiente (...) fazem com que numerosas organizações tomem uma nova posição moral.

Carvalho (*apud* KROETZ, 2000) diz que este novo instrumento parece ter suas origens no EUA, no final dos anos 60, precisamente como resposta empresarial a um movimento progressivamente contestatório e imerso na escala de valores peculiar da vida norte-americana.

Na década de 70, conforme Kroetz (2000), alguns pesquisadores, especificamente na França, propuseram-se a reunir e a comentar dados estatísticos correntes, uma vez que perceberam que com este trabalho a abordagem dos problemas sócio-econômicos da nação, como, por exemplo, a relação do emprego, a mobilidade social, a utilização do lucro, traduzia-se com mais propriedade. Assim, a contabilidade evoluiu sob a influência de pressões externas, cada vez mais intensas, o que significava uma pressão social a exigir uma revolução nos procedimentos. Tanto os cientistas como os profissionais da área têm a responsabilidade de

esforçar-se e comprometer-se em seus limites para que este anseio não se frustrasse (KROETZ, 2000).

De acordo com Tinoco (2001), na França, onde surgiu o balanço social, inicialmente, o seu objetivo era exclusivamente de revelar informações dos recursos humanos, que trabalhavam nas organizações. Esta forma de evidenciação, que tinha como alvo o público interno, ou seja, o pessoal, objetivava, por um lado, avaliar alguns aspectos sobre a atividade desenvolvida pela organização no âmbito social em benefício de seus colaboradores e, por outro lado, servir de base a um esforço de concentração e mentalização de não divulgar, unicamente, os resultados econômicos e financeiros da entidade, mas também sua eficácia social.

Visando reagir às pressões da sociedade, que exigia nova postura ética, as empresas passaram a prestar contas de suas ações, justificando seu objetivo social, com o intuito de melhorar a imagem junto a consumidores e acionistas.

A partir daí as empresas são obrigadas a justificar seu objetivo social, visando melhorar sua imagem aos olhos do ambiente em que estão inseridas. Elas devem se alinhar sob as normas sociais para moderar, senão suprimir, os prejuízos que provocam. A melhor forma de prestar contas das performances empresariais consiste em elaborar um quadro sócio-econômico, que leve em consideração, de um lado, os recursos externos utilizados e, de outro, os aportes à comunidade.

A idéia de responsabilidade social foi introduzida no mundo dos negócios a partir dos anos 30, no entanto somente na década de 60 as grandes empresas começaram a apresentar anualmente os resultados obtidos com sua política social.

Todavia, segundo Kroetz (2000), a partir dos anos 70, também como resultado das pressões sociais, com o movimento estudantil de 1968, as empresas francesas deram início à publicação de quadros com dados relativos à gestão de

pessoal, às condições sociais, juntamente com as tradicionais demonstrações financeiras. Desde 1977, a elaboração do balanço social das empresas com mais de 300 funcionários é obrigatória, através da Lei n.º 77.769, de julho de 1977.

Kroetz (2000) diz que os principais méritos da Lei francesa foram:

- c) reconhecer, de forma institucional, a importância dos empregados como usuários da informação contábil;
- d) o tipo de informação, com enfoque para os empregados como: emprego, remuneração e encargos acessórios, condições de segurança do trabalho, formação profissional e outras condições de vida relevantes na empresa;
- e) o aspecto de comparabilidade, uma vez que balanço social é acompanhado de informações relativas aos dois últimos anos.

Segundo Callenbach et al. (1995), antes da década de 80, a responsabilidade social era vista como uma questão marginal, custosa e muito indesejável. No entanto, nos anos 80, os gastos com esta começaram a ser vistos pelas empresas não primordialmente como custos, mas sim como investimentos no futuro e, paradoxalmente, como vantagem competitiva.

Esta mudança de visão das empresas está relacionada a como as pessoas passaram a ver empresas que elaboram e divulgam o balanço social. Para as mesmas mostra que estas empresas tem uma responsabilidade perante a sociedade de não só trabalhar pelo lucro em si, mas também para o bem comum da sociedade, estrategicamente isto é ótimo.

### 2.3.2.2 No Brasil

Kroetz (2000) menciona que, no Brasil, poucas são as organizações que revelam tais preocupações, apenas algumas dezenas prestam à sociedade conta de suas ações. É possível atribuir este pouco zelo ao desconhecimento do balanço social, ou, ainda, por ignorarem a responsabilidade social da entidade.

De acordo com Tinoco (2001), no Brasil, os primeiros ventos de mudança de mentalidade empresarial já podem ser notados desde meados da década de 60. Nesse sentido, a Carta de Princípios do Dirigente Cristão de Empresas (ADCE), publicada em 1965, é um marco histórico incontestável do início da utilização explícita da expressão responsabilidade social diretamente associada às empresas, e da própria relevância do tema relacionado à ação social das empresas no país. Mesmo que ainda limitado ao mundo das idéias e efetivando-se apenas em discursos e textos, já fazia parte da realidade de uma pequena parcela do empresariado brasileiro.

Diversos autores consideram que as entidades cristãs foram o berço do balanço social no Brasil. Entretanto, somente em 1974 é que efetivamente se encontra explicitamente menções a respeito do balanço social. Rioli (1997, p.03) afirma que:

A consolidação dos ideais propostos por essa associação (ADCE) se deu com a declaração, em 1974, do Decálogo do Empresário Cristão, que bem ilustram o papel da empresa: 1 - aceitamos a existência e o valor transcendente de uma Ética social e empresarial, a cujos imperativos submetemos nossas motivações, interesses, atividades e racionalidade de nossas decisões; 2 - estamos convencidos de que a empresa, além de sua função econômica de produtora de bens e serviços, tem a função social que se realiza através da promoção dos que nela trabalham e na comunidade na qual deve integrar-se.

A partir deste ponto da história empresarial brasileira é que o tema balanço social começa a ser debatido. Infere-se que é nesse momento que a conscientização de responsabilidade social começa, timidamente, a penetrar no seio empresarial e social.

Já em 1980, Teixeira (*apud* TINOCO, 2001) ressaltava a necessidade de desenvolver a tomada de consciência dos empresários para que a gestão empresarial integral inclua necessária e obrigatoriamente a sua responsabilidade social.

No entanto, em 1984, conforme Martins (1997), é publicado o primeiro balanço social de uma empresa brasileira, a Nitrofertil. Oito anos depois, o Banespa (Banco do Estado de São Paulo) publica um relatório completo, divulgando todas as suas ações sociais; e a partir de 1993, várias empresas de diferentes setores passam a divulgar o balanço anualmente.

Verifica-se, assim, que os temas contabilidade social e balanço social passam a ser efetivamente discutidos no meio empresarial e social somente no início da década de 90. Cabe, aqui, um dado relevante sobre as informações referentes a empregados que todas as empresas brasileiras devem obrigatoriamente preparar, mas somente para uso do governo: a RAIS (Relação Anual de Informações Sociais). Recorre-se a seguinte citação para elucidação do assunto, conforme Santos (1998, p.12):

A Relação Anual de Informações Sociais (RAIS), foi um dos principais documentos cuja preparação tomou-se obrigatória a partir do Decreto Lei n.º 76.900, de 23 de dezembro de 1975, destinado ao Ministério do Trabalho e da Previdência Social, independente do número de empregados. Esse documento contém informações dos estabelecimentos ou pessoas que, na condição de empregadores, tiveram algum assalariado por qualquer período de tempo durante o

ano da declaração, através de contrato de trabalho regido pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) ou pela Consolidação da Lei do Funcionamento Público (CLF), para o caso de trabalhadores deste setor. A RAIS apresenta um grande conjunto de informações sobre empresas e empregados, dentre os quais podemos destacar: nome do empregado, códigos do Programa de Integração Social (PIS), valores e tipos de salários contratuais, horas semanais de trabalho, tipo de opção no Fundo de Garantia por Tempo de Serviço (FGTS), pagamento do 13º salário, classificação brasileira de ocupação (CBO), tipo de vínculo empregatício, grau de instrução dos empregados, contratações e desligamentos, remunerações mensais e outras. Cerca de 60% das informações da RAIS estão presentes em outros documentos que as empresas preparam e enviam a organismos do governo. Embora as informações prestadas hoje pelas empresas brasileiras sejam consideradas, por muitas delas, como excessivas, ainda são bastante inferiores em quantidade e qualidade, quando comparadas aquelas fornecidas pelo Balanço Social das empresas francesas.

Nas últimas três décadas, o Brasil vivenciou o que pode ser considerado conservadorismo político e social, combinado com abertura política e liberalismo econômico. A obrigatoriedade da apresentação da RAIS, instituída através do Decreto Lei n. 76.900/75, em pleno regime militar, foi bastante insipiente, principalmente quando se compara ao modelos francês. De qualquer forma, deve-se salientar que, legalmente, foi uma das primeiras iniciativas que se tem conhecimento.

Há pelo menos três décadas as empresas são obrigadas a divulgar informações dos seus funcionários, mas exclusivamente para o governo. Desta forma, a RAIS quase não é conhecida pelo público. Como o balanço social possui outra característica de divulgação, isto é, voltado para o público em geral, seu cunho social fica melhor evidenciado. O balanço social constitui-se em um elemento novo na contabilidade das empresas brasileiras.

### 2.3.3 Aspectos contábeis relevantes do balanço social

Segundo Lopes de Sá (1995), dois são os grandes invólucros que uma empresa tem e que influem sobre a sua riqueza: aquele próximo do pessoal interno (que exerce a vontade ou que cumpre vontades da empresa) e o de outros seres que se acham fora, mas que se interessam pelo comportamento da empresa. Essa matéria forma o objeto de estudos da Contabilidade no que concorre à teoria da Economicidade.

O balanço social tem como objetivo geral suprir as necessidades de apresentação de informações de caráter social e ecológico. Kroetz (2000) destaca alguns objetivos do balanço social:

- a) revelar, em conjunto com as demais demonstrações contábeis, a solidez da estratégia de sobrevivência e crescimento da entidade;
- b) evidenciar, com indicadores, as contribuições à qualidade de vida da população;
- c) abranger o universo das interações sociais entre: clientes, fornecedores, associações, governo, acionistas, investidores, universidade e outros;
- d) apresentar os investimentos no desenvolvimento de pesquisas e tecnologia;
- e) formar um banco de dados confiável para análise e tomada de decisão dos mais diversos usuários;
- f) ampliar o grau de confiança da sociedade na entidade; e
- g) servir de instrumento para negociações laborais entre a direção da entidade e sindicatos ou representantes dos funcionários.

A economicidade é, pois, essa capacidade da riqueza vital em ser útil em todas as circunstâncias e, especialmente, na convivência com o mundo exterior a ela, quer próximo, quer distante. Para Tinoco (2001), o balanço social tem por objetivo descrever uma certa realidade econômica e social de uma entidade, mediante o qual é suscetível de avaliação. Nesse entendimento é que a informação social e a informação econômica devem caminhar e ser divulgadas juntas.

A economia, enquanto analisada sob o prisma funcional empresarial interno, abrange os assuntos relativos à vitalidade e à sobrevivência da riqueza, como um sistema endógeno. Se examinada em face dos fatores ambientais externos, a economicidade passa a preocupar-se com a circulação da riqueza, nos seus fluxos e refluxos, ou seja, o que ela influi e que influências recebe do mundo exógeno.

Segundo Carvalho (1990), o desenvolvimento de uma empresa deve ser traçado sob o duplo ponto de vista econômico e social e, como tal, medido em importância e qualidade. Porém, quando se examina a atividade da empresa no duplo sentido econômico e social, verifica-se notável discrepância no que se refere aos instrumentos de avaliação do desempenho da própria empresa.

Enquanto, para o conhecimento acerca da realidade econômica existem instrumentos de várias naturezas, dentre eles a contabilidade, financeira, planejamento e controle de gestão, já a realidade social, por se manter relegada do conceito de eficácia empresarial, não dispõe dos equivalentes instrumentos formais de informação que permitem aferir a sua evolução.

Os fatores ambientais externos oferecem um campo de forte conexão da Contabilidade com a Economia e a Sociologia, diretamente, e, acessoriamente, com



outros ramos do conhecimento, mas com nenhum deles se confunde. Contabilmente, o que se busca, sempre, é conhecer a eficácia da riqueza da célula social, ainda que espelhada no ambiente que a cerca e refletida para objetivos diversos.

Uma empresa deve satisfação informativa aos seus proprietários, ao poder público, ao mercado. Para tal fim, produz suas demonstrações sobre seu comportamento e sobre a sua economicidade. Em verdade, as demonstrações evidenciam apenas o que está registrado e são por si só de relativa utilidade. É neste ponto que se insere o balanço social como forma de informação sobre as ações sociais da empresa.

Segundo Tinoco (2001), o balanço social tem por objetivo ser eqüitativo e comunicar informações que satisfaçam à necessidade de quem dela precisa. Essa é a missão da Contabilidade, como ciência de reportar informação contábil, financeira, econômica, social, física, de produtividade e de qualidade.

Diante deste contexto salienta-se a importância das empresas divulgarem suas ações, haja vista que, a divulgação só trará benefícios para as mesmas. Quanto mais compromissada com valores éticos uma empresa se mostrar, mais as pessoas vão confiar nela e mais benefícios auferirá, valendo-se de relações sólidas com todos os agentes participantes do processo produtivo.

Kroetz (2000) ressalta que, apesar da falta de um modelo que se possa adotar como padrão, é possível apontar, desde já, princípios gerais que devem contribuir para a organização das informações contidas no balanço social, para que ela seja útil e credível. Aponta como princípios gerais, os que requerem:

- a) Pertinência - a informação deve ser relevante, clara e concisa, devendo refletir a realidade;
- b) Objetividade - a informação deve ser factual, não distorcida, expressando os fatos de uma forma independente, relativamente aos juízos pessoais de quem a prepara;
- c) Continuidade - as práticas de coleta, registro e demonstração devem manter-se de um período para outro. A falta de continuidade diminui a comparabilidade dos dados e pode ocultar certa manipulação da informação.
- d) Uniformidade - a informação deve permitir comparações, usando dados de anos anteriores, normas e valores médios de cada setor e/ou outros valores representativos publicados por organismos nacionais e internacionais etc.; a comparabilidade supõe certo grau de padronização, em casos de alteração de procedimentos, deve ser explicada em notas específicas;
- e) Certificação - a informação deve ser susceptível de ser confirmada e certificada por uma entidade independente da organização e dos destinatários da informação.

Estes princípios devem nortear a construção de uma metodologia para a apresentação do balanço social. A contabilidade, concebida como um grande banco de dados, por meio das informações que disponibiliza, deve atender satisfatoriamente a todos os tipos de usuários, portanto, inclusive os interessados no balanço social.

### 2.3.4 Usuários do balanço social

Por usuários do balanço social entende-se todas aquelas pessoas que estão ligadas direta ou indiretamente ao balanço social, sendo agentes e também beneficiários dele.

Rodrigues (*apud* KROETZ, 1998, p.8) explica que "a contabilidade traduz nos documentos as escolhas da sociedade". O balanço social, como estratégia de mudança, de impacto eminentemente social e cultural, tem por objetivo demonstrar ao universo de usuários, de forma confiável, uma prestação de contas, para que possam conhecer e avaliar a qualidade dos investimentos, aplicação de recursos e o cumprimento das destinações orçamentárias

Os usuários, sob um enfoque ético, social e comportamental, são, de um lado, as empresas inseridas no contexto sócio-econômico, que recolhem os impostos, as contribuições e prestam contas aos governos. De outro, todo cidadão contribuinte, que paga tributos, taxas e contribuições e, em contrapartida, não recebe retorno, com a devida demonstração do *quantum* arrecadado, da origem e da aplicação dos recursos aos clientes externos.

Carvalho (1990) ressalta que, a empresa, sistema dependente da envolvente social, vê-se portanto obrigada, cada vez mais, a fornecer informação sobre a administração dos recursos que tem confiados e a fornecer essa informação a estratos sociais progressivamente mais amplos.

Parece igualmente relevante que o conteúdo da informação empresarial não poderá limitar-se ao caráter econômico-financeiro que racionalmente apresenta. Pelo contrário, tenderá a contemplar gradativamente outras áreas que modernamente vêm constituindo motivo de especial preocupação social.

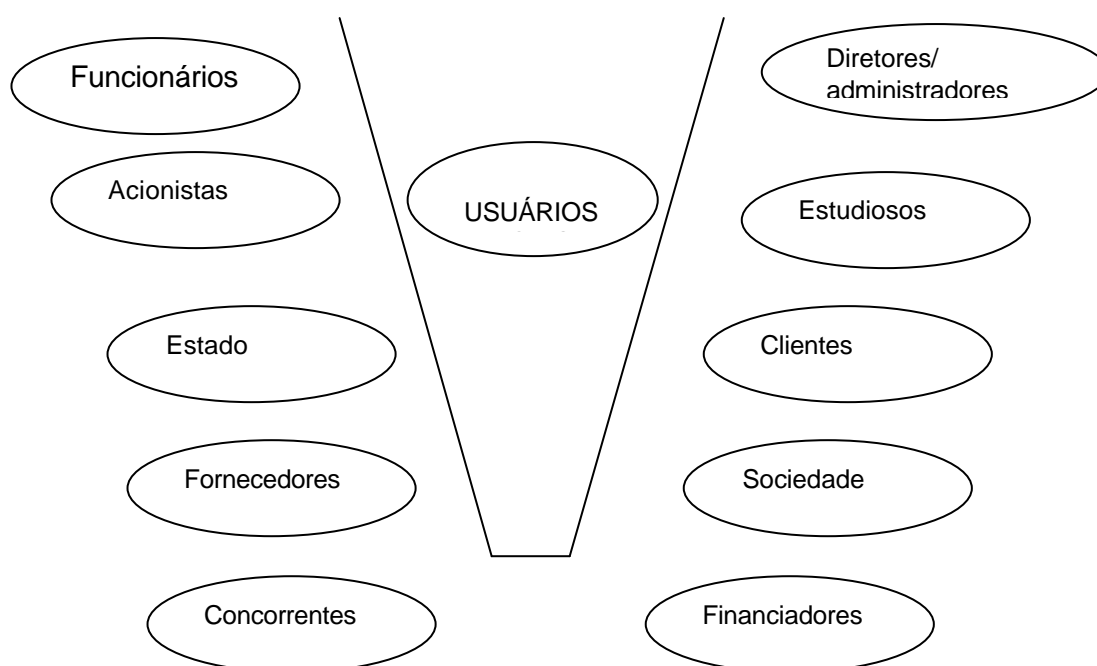
De acordo com Silva e Freire (2001), o estímulo à adoção de iniciativas sociais pelas empresas está tradicionalmente associado aos inventivos governamentais, por meio de subsídios e isenções fiscais. Com o aprofundamento da crise fiscal, porém, principalmente nos países não desenvolvidos, essas modalidades estão cada vez mais escassas.

Na realidade, o debate em torno da boa conduta no mundo dos negócios é uma resposta a um ambiente em mudança, que tende a condicionar a busca do lucro a padrões éticos de comportamento quanto aos mais diferentes públicos da empresa. Neste sentido, Carvalho (1990) observa que:

- a) O balanço social constitui um instrumento de controle e de tomada de decisões de grande utilidade para a direção da empresa, permitindo melhorar o ambiente interno e clarificar alguns objetivos a médio prazo;
- b) O balanço social pode contribuir para modificar a imagem pública da empresa, do próprio pessoal e do público em geral; em alguns países está constituindo um bom instrumento de trabalho para as negociações laborais entre a direção da empresa e os sindicatos.

Assim pode-se observar a importância para as empresas da apresentação do balanço social, pois os ganhos são significativos, tanto internamente como externamente. O balanço social favorece a todos os grupos que interagem com a empresa.

Krotez (2000) identifica alguns usuários do balanço social, conforme mostra-se na Figura 2.



**Figura 2 – Alguns usuários do balanço social**

Fonte: adaptada de Kroetz (2000, p.84).

Nota-se que o balanço social destina-se a fornecer informações sociais da organização. Estas destinam-se aos funcionários, administradores, acionistas, Estado, concorrentes, estudiosos, fornecedores, clientes, sociedade e financiadores, Kroetz (2000) traça um perfil dos principais usuários do balanço social:

- a) Investidores são agentes que garantem o desenvolvimento, mediante a aplicação de recursos financeiros, almejam a rentabilidade e o retorno do investimento, contribuem para o Estado.
- b) Fornecedores são parceiros no mercado, acreditam na potencialidade econômica da empresa, à espera de garantia pelo pagamento do fornecimento de produtos e serviços, contribuem para o Estado.
- c) Financiadores são os que aplicam recursos, mediante uma análise patrimonial de liquidez, rentabilidade, capacidade competitiva e produto. São geradores de riqueza e impostos.

- d) Clientes externos - são consumidores de quem a empresa recebe o pagamento pela venda de seus produtos/serviços, satisfazendo as suas expectativas. Exigem segurança e qualidade. A relação direta entre empresa e consumidor é determinante para a sua continuidade. Reflete a riqueza do cidadão e o reflexo do Estado Social e culturalmente desenvolvido.
- e) Clientes internos ou funcionários - são fundamentais ao desenvolvimento da empresa por sua capacidade de trabalho e criatividade. Quanto mais motivados os funcionários estão maior é a produtividade. Para garantir esta motivação, a empresa deve propiciar salários justos, boas condições de higiene e segurança do trabalho, uma adequada formação profissional e uma política de recursos humanos que satisfaça as ambições profissionais e pessoais de seus colaboradores, devidamente qualificados e preparados para enfrentar os desafios da globalização.
- f) Meio ambiente - uma das maiores responsabilidades sociais da empresa moderna é com o meio ambiente. A empresa recebe os elementos físicos essenciais à sua atividade e de volta deve garantir a manutenção dos elementos básicos da vida (água, solo, florestas, etc.) do meio onde se insere e onde vivem os homens que compõem este ambiente.
- g) Estado - deve propiciar condições para o desenvolvimento das atividades da empresa. Em contrapartida esta deve cumprir seus compromissos de pagamento dos impostos, como forma de contribuir para a realização dos serviços e atividades desenvolvidas pelo Estado, destinadas à sociedade.

As informações contidas no balanço social destinam-se a inúmeros fins, variando de acordo com o usuário a que se destina. Tinoco (2001) ressalta que das questões econômicas, ambientais e de cidadania, as sociais ampliaram o escopo do balanço social, em sentido amplo, compreendendo:

- a) balanço social em sentido restrito (balanço das pessoas);
- b) demonstração do valor adicionado;
- c) balanço ecológico;
- d) responsabilidade social da organização.

Neste ponto, vale ressaltar que a demonstração do valor adicionado é um informativo divulgado com o balanço social da empresa. Por ser de conteúdo econômico, é elaborado por inúmeras empresas e publicado muitas vezes, juntamente com as demonstrações contábeis exigidas pela Lei n. 6404/76.

Apesar de não ter obrigatoriedade expressa em lei, muitas empresas elaboram e apresentam o balanço social, uma vez que, os indicadores nele contidos estimulam a participação voluntária de empregados na escolha de programas sociais das empresas, o que acarreta um grau mais elevado de integração nas relações empresa-empregado e no marketing institucional. A seguir discorre-se, brevemente, sobre a obrigatoriedade de publicação do balanço social.

### **2.3.5 Obrigatoriedade de publicação do balanço social**

Há uma forte discussão em torno da obrigatoriedade ou não da publicação do balanço social. Muitos acreditam que a obrigatoriedade seria positiva, pois criaria um certo compromisso do empresariado com a comunidade, tornando mais transparentes as suas ações. Já outros defendem que a obrigatoriedade não deva

acontecer e que a apresentação deve ser espontânea, não determinado por leis ou decretos, deve vir da consciência cidadã do empresário. A questão da obrigatoriedade parece secundária quando se pensa em estimular companhias a se interessarem pela publicação.

O conceito de ação social, contemplado pelo balanço social, diz respeito às iniciativas que a empresa desenvolve em benefício da comunidade, independentemente da proximidade com ela e do tipo de serviço ou bem que é comercializado. Talvez por este motivo haja um interesse maior das empresas que estão cumprindo com sua responsabilidade social na publicação do seu balanço social.

Existem muitas controvérsias em relação à regulamentação do balanço social no Brasil. A ABRASCA (Associação Brasileira das Empresas de Capital Aberto) ([www.abrasca.br](http://www.abrasca.br)), manifestou-se contrária ao projeto de lei que tramita atualmente no Congresso, classificando-o de retrógrado em relação à liberdade das empresas de apresentar ou não, explicitamente sua contribuição social. Por outro lado, a CVM (Comissão de Valores Mobiliários) já emitiu dois Pareceres de Orientação incentivando a divulgação de informações de natureza social (o Parecer de Orientação n. 15/87, na parte que trata do Relatório da Administração, e o Parecer de Orientação n. 24/92, sobre divulgação da Demonstração do Valor Adicionado). Após várias discussões, a CVM decidiu não emitir qualquer ato normativo obrigando a elaboração e a divulgação do balanço social. No entanto, resolveu, devido a importância do assunto e ao crescente interesse dos investidores, principalmente os externos, mudar o foco da discussão, transferindo o assunto para o Congresso Nacional, onde o assunto terá uma abordagem mais ampla.



Kroetz (2000) defende que a demonstração do balanço social não necessita ser regulada por legislação especial, tornando-a de caráter obrigatório para entidades privadas. No entanto, recomenda que sejam criados mecanismos de estímulo (prêmios, incentivos fiscais etc.) para que sua divulgação seja espontânea, com o propósito de apresentar para os administradores a relevância da prática e do desenvolvimento da responsabilidade social e ecológica das entidades. Já na área pública, a obrigatoriedade da divulgação seria salutar, uma vez que encontra-se nos princípios de tal administração a transparência dos atos de gestão, tendo no balanço social uma demonstração capaz de transmitir ao cidadão/contribuinte os procedimentos e as atividades desenvolvidas.

Young (*apud* SILVA e FREIRE, 2001, p.103) diz ser totalmente contrário à obrigatoriedade de publicação do balanço social, e sintetiza sua opinião, explicitando-a da seguinte forma:

Compelir as empresas brasileiras a publicar um balanço social é deixar de reconhecer que a iniciativa privada, obrigada pelo governo, já está contribuindo com uma série de ações das quais, infelizmente, não vem recebendo a mínima satisfação. (...) Assim, quem deve ser obrigado inicialmente a publicar alguma coisa é o governo, detalhando a desatinação dos bilhões de reais que obriga as empresas a recolher diariamente em todo o país, para ações supostamente sociais. (...) um risco adicional em se levar adiante a proposta de obrigatoriedade da preparação de um balanço social por parte das empresas é que se colocará o empresariado novamente na situação de bode expiatório da omissão de ações sociais que não de sua responsabilidade.

Existe, portanto, um campo aberto para a convergência de projetos relativos ao balanço social, que devem ser desenvolvidos o quanto antes. Assim, haverá uma conexão com os inúmeros problemas sociais que o Estado sozinho tem-se revelado incapaz de resolver. A iniciativa privada muitas vezes não se sente comprometida com o mundo em que vive e trabalha.

O IBASE (Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas) ([www.ibase.gov.br](http://www.ibase.gov.br)) também tem opinião totalmente contrária à obrigatoriedade do balanço social. Destaca dois motivos para justificar sua posição:

- a) o balanço social deve ser posterior às ações sociais realizadas pelas empresas, deve ser a transferência das práticas sociais em relação aos seus funcionários, à comunidade e ao meio ambiente; e
- b) o IBASE acredita que a elaboração voluntária periódica cria um círculo virtuoso, uma vez que a empresa passa a divulgar suas ações e a partir deste momento, a sociedade em geral passa a conhecê-las, gerando concorrência, ou seja, novos adeptos ao balanço social.

Cabe às empresas oferecer os dados sobre as atividades no campo social e é imprescindível o acompanhamento, análise e participação nesse esforço conjunto, pois o balanço social não pode ser uma peça de marketing, mas uma demonstração responsável de investimentos sociais realizados pelas empresas.

Segundo Torres (*apud* IBASE, [www.ibase.gov.br](http://www.ibase.gov.br)), se o balanço social for obrigatório, irá virar uma tabela cheia de números. E isso pouco interessa. Sendo assim, em vez de leis, deve-se criar alternativas constitucionais. Como, por exemplo, premiar as empresas que fazem o seu balanço.

Kroetz (2000) ressalta que, um dos aspectos mais relevantes que se tem quando se pensa em obrigatoriedade de apresentação do balanço social, deve ser o de que a elaboração e divulgação do mesmo deve refletir o grau de engajamento e comprometimento da empresa e de seus dirigentes, estimulando outras empresas a seguirem o mesmo caminho.

Seu objetivo é o de compreender a atuação social da entidade, buscando uma melhora contínua e não simplesmente transformá-lo em mais um serviço de

divulgação. Antes de ser uma obrigação, o balanço social é um instrumento de apoio à gestão, pela qual se mostra a face interna e externa da organização, o que permite sua avaliação, sua análise e os ajustamentos necessários.

### **2.3.6 Legislações relacionadas ao balanço social**

No Brasil, a contabilidade social, bem como o balanço social está em fase de expansão e crescimento, sendo ainda uma questão em discussão. Em nível federal, estadual e municipal existem, atualmente, vários estudos, projetos, propostas, bem como leis específicas sobre o assunto.

De acordo com o IBASE ([www.ibase.gov.br](http://www.ibase.gov.br)), na esfera federal encontra-se uma proposição. Especificamente no Senado Federal, o Projeto de Lei do Senado n. 117, de 1996, que faz menção de tornar obrigatória a publicação do balanço social para as entidades que já são obrigadas a apresentar o balanço patrimonial. Este, em função do término de mandato, foi substituído pelo Projeto de Lei n. 32/99, que está atualmente na Câmara dos Deputados, encaminhado pelo Deputado Paulo Rocha, que substitui o Projeto de Lei n. 3.116/97, apresentado pelas então Deputadas Marta Suplicy, Maria da Conceição Tavares e Sandra Starling. Através dele pretende-se estabelecer a obrigatoriedade do balanço social para as entidades públicas de modo geral e às empresas privadas com mais de cem empregados.

Em nível estadual, tem-se a Lei n. 11.440, do Estado do Rio Grande do Sul, aprovada em 18 de janeiro de 2000. A referida lei busca incentivar a publicação do Balanço Social, bem como difundir a responsabilidade social entre as entidades estabelecidas no Estado. Ela também criou o Certificado de Responsabilidade Social e o Troféu Responsabilidade Social - Destaque RS, para as empresas estabelecidas

no âmbito estadual, que apresentarem o seu Balanço Social do exercício anterior. Sendo esta última premiação fornecida para as empresas que desenvolvem os projetos sociais destacados nas categorias, pequena, média e empresa de grande porte.

Além disso, a Assembléia Legislativa do Rio Grande do Sul disponibiliza em seu site um modelo de balanço social para as empresas, bem como torna pública a relação das empresas que apresentarem o seu balanço social nos termos da lei. Na primeira edição 17 empresas ganharam o Certificado. De acordo com Kroetz (2000), a cada ano será realizada uma nova edição do prêmio, onde espera-se um número maior de empresas, uma vez que, o assunto balanço social e responsabilidade social está sendo mais difundido pela mídia.

Segundo Kroetz (2000), na esfera municipal, tem-se várias experiências em diversas cidades brasileiras, dentre elas, destacou:

- a) São Paulo/SP - a Resolução n. 5/98 de 23 de março de 1998, criou o Dia e o Selo da Empresa Cidadã às empresas que apresentarem o seu Balanço Social. A autoria foi da Vereadora Aldaíza Sposati. Essa resolução está em vigor e já premiou diversas empresas na cidade de São Paulo.
- b) Santo André/SP - a Lei n. 7.672, de 18 de junho de 1998, de autoria do Vereador Carlinhos Augusto, criou o Selo Empresa-Cidadã, destinado às empresas que constituírem e apresentarem o seu Balanço Social.
- c) João Pessoa/PB - aprovou o Projeto de Resolução n. 4/98, do Vereador Júlio Rafael, instituindo o Selo Herbert de Souza às empresas que apresentarem o Balanço Social.

- d) Uberlândia/MG - a Câmara Municipal de Uberlândia instituiu, em novembro de 1999, o Decreto Legislativo n. 118, de 11 de novembro de 1999, criando o "Selo Empresa-Cidadã", para as entidades que apresentarem o Balanço Social.

Observa-se que existem várias legislações, no que diz respeito à apresentação do balanço social, seja na esfera federal, seja na municipal, no entanto não existe nenhuma aprovada que apresenta um modelo padrão a ser apresentado e que facilite o entendimento e a elaboração do mesmo.

### **2.3.7 Modelos de balanço social**

Kroetz (2000) destaca algumas informações que o Balanço Social deve conter:

- a) geração de novos postos de trabalho;
- b) atividades realizadas no desenvolvimento profissional e bem estar dos seus funcionários através de investimentos em:
  - ? relações profissionais;
  - ? formação/treinamento;
  - ? segurança e medicina no trabalho;
  - ? alimentação e transporte de empregados;
  - ? assistência social a empregados e seus dependentes;
  - ? benefícios sociais concedidos; etc.

c) demonstrac o da distribuic o da riqueza gerada pela empresa (salários, impostos, lucros etc.)

d) política de protecc o ao meio ambiente.

A maneira como essas informações são dispostas depende do modelo de balanço social adotado pela organização. Os benefícios sociais espontâneos, aqueles de cunho social efetivo, cujas atividades não estão ligadas à atividade operacional da empresa, também devem ser parte integrante do balanço social.

Devem ser evidenciados eventos filantrópicos, contratos de suporte a Organizações Não-Governamentais (ONGs), contribuic es e doações para entidades assistenciais, construção de creches para os filhos dos funcionários, construção e suporte para centros de convivência. Enfim, fazer constar as inúmeras atividades eminentemente de caráter social, sem fins lucrativos.

A seguir apresentam-se dois modelos de balanço social – o modelo IBASE e o do Instituto ETHOS – uma vez que, estes serviram de base para a organização foco de estudo de caso, na formação de seu próprio modelo de apresentação das informações sociais.

#### 2.3.7.1 Modelo IBASE

O IBASE foi criado em 1981, tendo como principal fundador o Sociólogo Herbert de Souza, o Betinho. O principal objetivo da criação desse instituto foi incentivar as empresas, no Brasil, a apresentarem o seu balanço social.

Promove a divulgação de balanços sociais pelas empresas, inclusive possui um modelo de fácil manuseio pelas organizações e que se tornou referência nacional. Além disso, com o incentivo à publicação, quem o utilizar recebe um selo

que pode ser exposto na empresa e em todos os seus documentos oficiais. Desta forma, a sociedade torna-se conhecedora de que a empresa possui informações de cunho social disponível, e a empresa ganha crédito com a clientela.

Silva e Freire (2001) ressaltam que muitas empresas brasileiras vêm praticando sua responsabilidade social como uma madura decisão corporativa, utilizando-se para isso de *know-how* que faz com que sejam líderes em seu segmento. Com essa atitude visam mitigar a problemática da degenerescência do ordenamento do processo social no Brasil, onde o Estado cada vez mais se faz omissor, o que força e dá destaque à participação benemérita do cidadão na construção social.

Como contribuição para o desenvolvimento do assunto, bem como para estimular o envolvimento de todas as empresas na prática do balanço social, o IBASE desenvolveu um modelo que alia as vantagens da simplicidade, objetividade e a possibilidade de permitir comparações, como evidencia-se no quadro 2.

INDICADORES	ITENS INCLUIDOS
1.1) Receita Líquida	Receita bruta excluída dos impostos e contribuições, devoluções, abatimentos e descontos comerciais
1.2) Folha de Pagamento Bruta	Valor total da folha de pagamento
2.1) Alimentação	Restaurante, ticket-refeição, lanches, cestas básicas e outros gastos com alimentação dos empregados
2.2) Previdência Privada	Planos especiais de aposentados, fundações previdenciárias, complementações de benefícios aos aposentados e seus dependentes
2.3) Saúde	Plano de saúde, assistência médica, programas de medicina preventiva, programas de qualidade de vida e outros gastos com saúde, inclusive dos aposentados

#### **Quadro 2 - Modelo de balanço social do IBASE**

Fonte: IBASE ([www.ibase.gov.br](http://www.ibase.gov.br)).

Observa-se que as informações a serem prestadas são expressas em unidades monetárias, correspondentes aos dispêndios realizados no ano com cada

indicador e devem ser comparadas com as realizações do ano anterior e, se possível, comparar com empresas do mesmo ramo e porte.

A CVM, a partir da iniciativa do IBASE, se integrou ao movimento que busca incentivar a divulgação do balanço social. Nesse contexto, elaborou e colocou em audiência pública uma minuta de ato normativo, que estabelecia a obrigatoriedade da divulgação de um conjunto de informações de natureza social.

O modelo de demonstrativo proposto assemelhava-se ao modelo elaborado pelo IBASE. De acordo com Lima (2001), não tendo havido consenso entre as entidades e empresas que se manifestaram sobre a obrigatoriedade, a CVM entende que a discussão do assunto deva ser transferida para o Congresso Nacional, face a sua importância e interesse dos investidores. Pode-se mencionar quase uma centena de empresas brasileiras, inclusive instituições financeiras, que realizam seus balanços sociais seguindo o modelo sugerido pelo IBASE, entre elas tem-se a Azaléia S/A, Banco Itaú S/A, a Natura S/A e o Banco do Brasil.

Este modelo é o mais aceito entre a comunidade empresarial.

#### 2.3.7.2 Modelo do Instituto Ethos

Um grupo de empresários liderados por Oded Grajew, um dos fundadores da indústria de brinquedos GROW, vislumbrando a importância da ação social corporativa, espelhados na atuação da Organização BSR nos Estados Unidos, fundam, no segundo semestre de 1998 o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social, criado para disseminar a prática da responsabilidade social empresarial.

Este instituto também apresenta um modelo de balanço social com ênfase nos itens mostrados no quadro 3.



Informações Financeiras	DVA (Demonstração do Valor Adicionado)	
RISO (Resultado dos Investimentos Sociais)	Indicadores Laboriais	
Indicadores Sociais	Indicadores do Corpo Funcional	
Indicadores de Saúde e Segurança no Ambiente de Trabalho	Informe de Premiações e Certificações	
Índices:	De Antigüidade	Educacional
	De Absenteísmo	De Acidente de Trabalho
	Etário	Turnover
Demonstrativos:	Funcional	De Desligamentos
	De Promoções/Requalificações	De Jornada de Trabalho
	Dos Investimentos Sociais Externos (por setor, por região, por público alvo)	De Comunicação (Interna e Externa)
	Da Relação com os Fornecedores/Clientes (% do valor comercialmente transacionado, valor em parceria nas ações sociais internas e externas)	De Publicidade

### Quadro 3 - Modelo de balanço social do Instituto Ethos

Fonte: Ethos ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br))

Analisando-se o modelo do instituto Ethos, constata-se que o mesmo sugere uma organização das informações sociais mais simplista, isto é, menos detalhada que o IBASE. No entanto, também é bem aceito na comunidade empresarial.

Segundo o ETHOS ([www.ethos.org.br](http://www.ethos.org.br)), o balanço social, assim como o balanço financeiro, pode ser auditado para que todos os dados ali demonstrados tenham maior credibilidade. Sendo que, as empresas, além de apresentarem o balanço social (mais direcionado para a sociedade), podem valer-se da demonstração do valor adicionado (mais direcionada aos proprietários da empresa), para complementar suas demonstrações contábeis. Evidenciamos neste trabalho que a demonstração do valor adicionado das empresas, está intimamente relacionada com o balanço social, pois apresenta, do ponto de vista social, a contribuição das empresas, e de que forma a riqueza gerada foi distribuída.

O valor adicionado de uma organização representa o quanto de valor ela agrega aos insumos que adquire num determinado período. Trata-se de uma visão diferente em termos de demonstrações contábeis. Em geral, as tradicionais demonstrações contábeis estão preocupadas em evidenciar para os investidores qual o lucro da empresa e como ele foi calculado. A demonstração do valor adicionado vem evidenciar, além do lucro dos investidores, a quem pertence o restante da riqueza criada pela empresa. Desta forma, pode-se dizer que a demonstração do valor adicionado surgiu para evidenciar o quanto de valor a empresa adiciona aos insumos que adquire, bem como sua distribuição aos elementos que contribuíram para essa adição, atendendo a esses diferentes tipos de usuários.

#### 2.4 DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO

Em 1999, a CVM (Comissão de Valores Mobiliários) ([www.cvm.org.br](http://www.cvm.org.br)), apresentou junto ao Poder Legislativo Federal, a proposição de alteração da Lei n.º 6.404/76. Dentre as novidades constantes no referido anteprojeto, está a obrigatoriedade de divulgação da demonstração do valor adicionado.

Conforme Pacheco (1996, p.58), “atualmente, verifica-se que há uma tendência, nas grandes empresas, de utilizar o valor agregado como medida de geração de riqueza, em substituição ao conceito tradicional de comparar receitas e despesas para identificar o seu lucro.” Athar (1999, p.54) diz que:

a DVA é uma demonstração surgida na Europa e que tem sido cada vez mais solicitada em nível internacional. É um tipo de relatório contábil que apresenta informações de natureza econômica, indicando como foi criada riqueza pela empresa e quais fatores contribuíram para essa criação (...) A DVA, integra o que se convencionou chamar de Balanço social, o qual apresenta um conjunto de informações que inclui, entre outras, as relações

profissionais, a evolução do emprego, as condições de higiene e segurança etc.

Cabe ressaltar que a proposta da CVM ([www.cvm.org.br](http://www.cvm.org.br)), inserida na revisão da Lei das S.A prevê a obrigação da demonstração do valor adicionado (DVA), e, desta forma, avança, do ponto de vista técnico, de qualidade e do significado da informação divulgada.

Muitas empresas já publicam o seu balanço social incluindo a DVA. De acordo com a IOB (1999), o balanço social deve trazer não só a demonstração do valor adicionado, mas também todos os outros tipos de informação objeto da contabilidade social.

Sob uma abordagem mais ampla, a contabilidade utiliza a demonstração do valor adicionado, para identificar e divulgar quanto a atividade da empresa gera de recursos adicionais para a economia local, como e para quem os distribui.

Tinoco (2001) ressalta que uma das formas que ampliam a capacidade de se analisar o desempenho econômico e social das organizações é pelo valor econômico que é agregado aos bens e serviços adquiridos de terceiros, valor este denominado de valor adicionado (valor total da produção de bens e serviços de determinado período, menos o custo dos recursos adquiridos de terceiros, necessários a essa produção), bem como a forma pela qual este está sendo distribuído entre os diferentes grupos sociais que interagem com suas atividades.

Enquanto a demonstração de resultado procura determinar a parcela da riqueza (lucro) que cabe à empresa e seus acionistas, a demonstração de valor adicionado procura mensurar o total de riqueza criada e de que forma essa riqueza está sendo distribuída. Usualmente, o valor adicionado é calculado pela simples diferença entre vendas brutas e o total de insumos adquiridos de terceiros.

Constituí-se da receita de venda deduzido dos custos dos recursos adquiridos de terceiros, como: matéria-prima, mercadorias para revenda, serviços de terceiros, energia elétrica, enfim, todos os insumos adquiridos de terceiros e consumidos durante o processo operacional.

O conceito de valor adicionado bruto é representado pelo que a empresa adicionou aos insumos/serviços adquiridos de terceiros para chegar ao seu produto/serviço final. Corresponde, portanto, à riqueza gerada. Segundo Tinoco (1984, p.38), o valor adicionado bruto (ou agregado) – VAB significa que para exercer sua atividade toda empresa deve procurar no mercado bens e serviços. Ela utiliza os equipamentos, seus capitais, o trabalho de seus assalariados, para produzir outros bens e serviços que depois serão vendidos.

Contudo, a empresa utiliza-se também de instalações, máquinas, equipamentos e outros ativos, fazendo com que o potencial de uso destes diminua. Tal redução de potencial de uso, na Contabilidade, é refletida pela depreciação ou exaustão. Como há o consumo destes ativos para a geração da riqueza, seu valor deve ser deduzido do valor adicionado bruto, conduzindo ao valor adicionado líquido, o qual demonstra a efetiva contribuição da empresa para a economia local.

Há ainda que se mencionar os valores recebidos de outras empresas sem sacrifícios operacionais, como o caso do resultado de participações societárias. Tinoco (1984) ressalta que a investidora realizou em algum momento passado, e nos períodos posteriores apenas receberá os frutos desta aplicação, sem qualquer esforço, pelo menos em princípio. O mesmo acontece com as receitas financeiras. Não há esforço da investidora, ela apenas aplica seus recursos no mercado e, dependendo das oscilações destes, é que obterá sua receita.

Assim, o valor adicionado líquido, somado às receitas recebidas em transferência, demonstrará o total dos recursos distribuídos. Quanto à distribuição, deve ser evidenciado o montante destinado à própria empresa (lucro líquido), ao corpo funcional (salários e benefícios em geral), ao governo (sob a forma de impostos, inclusive os encargos sociais) e à comunidade (investimentos sociais e meio ambiente).

A análise da distribuição do valor adicionado identifica a contribuição da empresa para a sociedade e os setores por ela priorizados. Este tipo de informação serve para avaliar a performance da empresa no seu contexto local, sua participação no desenvolvimento regional e estimular ou não a continuidade de subsídios e incentivos governamentais. Neste sentido, Pacheco (1996, p. 63) afirma que:

verifica-se que enquanto a contabilidade torna-se mais e mais ativa e explicitamente reconhecida como um instrumento de gerenciamento social e de mudanças, o relatório sobre o valor agregado e/ou adicionado irá se constituir num exemplo do entrelaçamento da contabilidade e do social, porque, diferentemente dos relatórios convencionais, eles revelam algo sobre o caráter social da empresa.

Justificando-se, assim, a relevância da contabilidade para a organização e a sociedade em geral. Sobre os benefícios de apresentar a demonstração do valor adicionado Santos (*apud* TINOCO, 2001, p.66) destaca que:

Há muitas vantagens em se apresentar a demonstração do valor adicionado de uma empresa multinacional em um país que a hospeda. As vantagens apoiam-se no fato de que essa demonstração oferece à empresa multinacional a oportunidade de apresentar sua contribuição a esse país. A empresa multinacional pode utilizar essa demonstração para estabelecer o interesse da comunidade e de seus legisladores num país qualquer. Isso daria à empresa a oportunidade para formação de *goodwill*, expansão do mercado, redução de conflitos com o governo local e outros grupos da sociedade, e evitaria diversos desgastes políticos. Como

consequência disso a empresa provavelmente alcançaria maior crescimento e estabilidade de seus lucros.

A elaboração e divulgação da demonstração do valor adicionado pelas empresas, não só das multinacionais, em muito enriqueceria a informação contábil econômico-financeira e social. Ela é de importância vital para todos que se dedicam à atividade de analisar demonstrações contábeis das organizações, bem como aos usuários dessas informações.

Um modelo de demonstração do valor adicionado é apresentado pela FIPECAFI (1994, p. 24), conforme identificado no quadro 4.

<b>EMPRESA</b>		
<b>DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO DO EXERCÍCIO DE 2000</b>		
<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>Em milhares de Reais</b>	
	<b>Lei S.A</b>	<b>Moeda constante</b>
<b>1 RECEITAS</b>		
1.1) Vendas de mercadorias, produtos e serviços		
1.2) Provisão p/ devedores duvidosos Reversão/constituição		
1.3) Não operacionais		
<b>2. INSUMOS ADQUIRIDOS DE TERCEIROS (INCLUI OS VALORES DOS IMPOSTOS – ICMS E IPI)</b>		
2.1) Matérias-primas consumidas		
2.2) Custo das mercadorias e serviços vendidos		
2.3) Matérias, energia, serviços de terceiros e outros		
2.4) Perda/ Recuperação de valores ativos		
<b>3. VALOR ADICIONADO BRUTO (1-2)</b>		
<b>4. RETENÇÕES</b>		
4.1) Depreciação, amortização e exaustão		
5. VALOR ADICIONADO LÍQUIDO PRODUZIDO PELA ENTIDADE (3-4)		
<b>6. VALOR ADICIONADO RECEBIDO EM TRANSFERÊNCIA</b>		
6.1) Resultado de equivalência patrimonial		
6.2) Receitas financeiras		
<b>7. VALOR ADICIONADO TOTAL A DISTRIBUIR (5+6)</b>		
<b>8. DISTRIBUIÇÃO DO VALOR ADICIONADO*</b>		
8.1) Pessoal e encargos		

8.2) Impostos, taxas e contribuições		
8.3) Juros e aluguéis		
8.4) Juros s/ capital próprio e dividendos		
8.5) Lucros retidos / prejuízos do exercício		
* O total do item 8 deve ser exatamente igual ao do item 7		

#### **Quadro 4 - Modelo de demonstração do valor adicionado**

Fonte: FIPECAFI (1994, p. 24).

Destaca-se que, a partir do momento que se entende a DVA como um demonstrativo da riqueza que foi conseguido pela empresa, a sociedade começa a ver os benefícios dessa riqueza que reverte em seu favor. Daí, a importância da DVA como componente do balanço social e como o próprio nome já diz, como demonstração. Contudo, este tipo de informação, por sua importância estratégica, deve fazer parte do sistema de informação e de gestão das organizações.

O desafio dos tempos atuais é o exercício pleno da cidadania. Assim, o papel da chamada empresa cidadã, nesse desafio, entra, não somente destinando voluntariamente, parte de seu lucro para uma fundação, mas ficando mais perto da realidade em que está inserida. Cada novo emprego pode tirar alguém da marginalidade, dando espaço à criação de outros empregos. As empresas estão reconhecendo cada vez mais a importância de seu papel social. Assim como os resultados econômicos, esse desempenho também pode ser colocado no seu planejamento e controle empresarial.

A incorporação dos aspectos sociais nas decisões e ações estratégicas das empresas e empreendimentos econômicos globalizados ou não, é uma opção cada vez mais reivindicada pelos agentes sociais.

Neste sentido, destaca-se que as instituições financeiras vêm demonstrando maturidade no que se refere ao seu papel social. O sistema financeiro vem realizando grandes investimentos para ampliar as facilidades de acesso para clientes e usuários de seus serviços.

Cada instituição, de forma particular, investe em projetos culturais, privilegia a cultura brasileira, patrocina esportes, visando construir uma sociedade mais humana e justa. Neste sentido, o capítulo seguinte traz alguns aspectos sobre a organização das informações do balanço social em uma instituição financeira, particularmente do Banco do Brasil S/A, sendo que, inicialmente procede-se à contextualização do Sistema Financeiro Nacional.



### **3 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DA ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL NO BANCO DO BRASIL**

Neste capítulo faz-se a descrição e análise da organização das informações do balanço social no Banco do Brasil. Inicialmente, faz-se necessário proceder-se à apresentação de alguns aspectos relacionados ao sistema financeiro nacional, em seguida caracteriza-se a organização foco de estudo de caso. Na seqüência, evidencia-se a organização das informações do balanço social do Banco do Brasil, a utilização do balanço social na gestão do Banco do Brasil e finaliza-se com a apresentação quanto aos aspectos do balanço social no Banco do Brasil.

#### **3.1 SISTEMA FINANCEIRO NACIONAL**

O sistema financeiro nacional, conforme Fortuna (1999, p.12) pode ser definido como “um conjunto de instituições que se dedicam, de alguma forma, ao trabalho de propiciar condições satisfatórias para a manutenção de um fluxo de recursos entre poupadores e investidores”. Dentre as instituições que compõem o sistema financeiro brasileiro destaca-se as que seguem:

*a) O Conselho Monetário Nacional:*

O CMN acaba sendo o conselho de política econômica do país, visto que o mesmo é responsável pela fixação das diretrizes da política monetária, creditícia e cambial. Atualmente, seu presidente é o próprio Ministro da Fazenda.

*b) O Banco Central do Brasil:*

O BACEN é uma autarquia federal integrante do Sistema Financeiro Nacional, foi criado em 31/12/1964, com a promulgação da Lei n.º 4.595. Antes da criação do Banco Central, o papel de autoridade monetária era desempenhado pela Superintendência da Moeda e do Crédito - SUMOC, pelo Banco do Brasil - BB e pelo Tesouro Nacional. O Banco do Brasil desempenhava as funções de banco do governo, mediante o controle das operações de comércio exterior, o recebimento dos depósitos compulsórios e voluntários dos bancos comerciais e a execução de operações de câmbio em nome de empresas públicas e do Tesouro Nacional, de acordo com as normas estabelecidas pela SUMOC e pelo Banco de Crédito Agrícola, Comercial e Industrial.

O Tesouro Nacional era o órgão emissor de papel-moeda. Após a criação do Banco Central buscou-se dotar a instituição de mecanismos voltados para o desempenho do papel de "banco dos bancos". Em 1985 foi promovido o re-ordenamento financeiro governamental com a separação das contas e das funções do Banco Central, Banco do Brasil e Tesouro Nacional.

c) Banco do Brasil:

Até janeiro de 1986 o BB assemelhava-se a uma autoridade monetária mediante ajustamentos da conta movimento do BACEN e do Tesouro Nacional. Hoje, é um banco comercial comum, embora responsável pela Câmara de Compensação ([www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)). Hoje, o BB é um conglomerado financeiro que atua como um banco múltiplo tradicional embora ainda opere, em muitos casos, como agente financeiro do

governo federal. Segundo Fortuna (1999) é o principal executor da política oficial de crédito rural.

d) *Banco Comercial:*

É instituição financeira privada ou pública. Tem como objetivo principal proporcionar o suprimento oportuno e adequado dos recursos necessários para financiar, a curto e médio prazo, o comércio, a indústria, as empresas prestadoras de serviços, as pessoas físicas e terceiros em geral. A captação de depósitos à vista, livremente movimentáveis, é atividade típica do banco comercial. Deve ser constituído sob a forma de sociedade anônima e na sua denominação social constar a expressão Banco.

Mellagi Filho (1995) ressalta que o principal objetivo dos bancos comerciais é proporcionar o suprimento oportuno e adequado dos recursos necessários para financiar a curto prazo, o comércio, a indústria, e as demais empresas e pessoas físicas. É importante frisar que a capacitação de depósitos à vista, que nada mais são do que as contas correntes, livremente movimentáveis, é a atividade mais básica dos bancos comerciais

- e) *Banco Cooperativo* - É banco comercial ou banco múltiplo constituído, obrigatoriamente, com carteira comercial. Diferencia-se dos demais por ter como acionistas controladores, cooperativas centrais de crédito, as quais devem deter no mínimo 51% das ações com direito a voto. Deve fazer constar, obrigatoriamente, em sua denominação a expressão Banco Cooperativo (Resolução BACEN 2788/2000).

f) *Banco de Desenvolvimento:*

É instituição financeira pública não federal, conforme Santos (1999) tem como objetivo precípua proporcionar o suprimento oportuno e adequado dos recursos necessários ao financiamento à médio e longo prazo, de programas e projetos que visem a promover o desenvolvimento econômico e social do respectivo Estado onde tenha sede, cabendo-lhe apoiar prioritariamente o setor privado.

- g) *Banco Múltiplo:* É instituição financeira privada ou pública que realiza, segundo Santos (1998), as operações ativas, passivas das diversas instituições financeiras, por intermédio das seguintes carteiras: comercial, de investimento e/ou de desenvolvimento, de crédito imobiliário, de arrendamento mercantil e de crédito, financiamento e investimento. Essas operações estão sujeitas às mesmas normas legais aplicáveis às instituições singulares correspondentes às suas carteiras. A carteira de desenvolvimento somente poderá ser operada por banco público. O banco múltiplo deve ser constituído com, no mínimo, duas carteiras, sendo uma delas, obrigatoriamente, comercial ou de investimento, e ser organizado sob a forma de sociedade anônima. Na sua denominação social deve constar a expressão Banco .

Consciente de seu papel social, o sistema financeiro vem realizando investimentos nesta área e algumas instituições financeiras, como o Banco do Brasil, vêm há algum tempo, elaborando e divulgando o balanço social como ferramenta de gestão de sua responsabilidade social. A seguir apresenta-se a contextualização histórica da organização foco de estudo de caso.

### 3.2 HISTÓRIA DO BANCO DO BRASIL

De acordo com Montoro Filho (1994) em 12 de outubro de 1808, o Príncipe D. João VI cria o primeiro banco de depósitos, descontos e emissão do Brasil, o Banco do Brasil, o qual começou suas operações no dia 11 de dezembro de 1809, um ano depois, com a venda de 100 ações. O Banco era estruturado por uma assembléia de 40 acionistas majoritários, uma diretoria com 10 acionistas majoritários e 4 diretores.

O BB, em um ano, passa por momentos de crises atribuídos a sua má administração por parte dos funcionários, pelo excesso de emissão de papel-moeda, que não podia ser lastreada pelos metais preciosos existentes, e pelos déficit governamentais. Montoro Filho (1994, p.20), afirma que “o banco converteu-se em fornecedor de recursos para pagar as despesas governamentais”

O começo do longo surto cafeeiro do Brasil e a prosperidade geral do mundo entre os anos de 1850 a 1860, contribuíam para o desenvolvimento contínuo dos bancos de emissão. Foi quando, em 2 de março de 1851, Irineu Evangelista de Souza (Visconde de Mauá) foi eleito presidente do novo Banco do Brasil, desta vez privado, formado por um grupo de empresários que ele mesmo liderava. Em 31 de agosto de 1853, por iniciativa do Ministério da Fazenda, José Joaquim Rodrigues Torres, então Visconde de Itaboraí, este Banco fundiu-se com o Banco Comercial do Rio de Janeiro formando o segundo banco público na história do Brasil, o Banco do Brasil. Este não contava com a participação de Mauá, que acabou por fundar a casa bancária Mauá-MacGregor & Cia. Ressalta Peláez (1981), que o Governo ficou obrigado pela legislação a ajudar o Banco nas ocasiões de escassez de crédito. O presidente e o vice-presidente seriam nomeadas pelo imperador . Mais uma vez fica

evidenciando o respaldo que o Governo dá ao Banco, contribuindo, assim, para a construção de uma boa imagem, conforme será citado mais à frente.

Em 1892, o Decreto n.º 1.167, funde o Banco do Brasil ao Banco da República dos Estados Unidos do Brasil, passando a se chamar Banco da República do Brasil, até que em 1905, com o Decreto n.º 1.455, de 30 de dezembro, tem início a terceira fase do Banco do Brasil.

Em 1937, é criada a Carteira de Crédito Agrícola e Industrial – CREAL e o Banco lança o crédito rural especializado e as bases para o fomento da nascente atividade industrial brasileira. Até hoje o Banco tem linhas de crédito rural – é o maior fomentador da agricultura no Brasil – e linhas de crédito industrial.

Em 02 de fevereiro de 1945, o Decreto-lei n.º 7.293, cria a Superintendência da Moeda e do Crédito (SUMOC) e a incorpora ao Banco do Brasil. A SUMOC era subordinada diretamente ao Ministério da Fazenda e tinha como objetivo controlar o mercado monetário e preparar a organização do Banco Central.

Já desde 1964 o Governo tenta combater a inflação, adotando uma política gradual para tentar reduzi-la no curto prazo, resultando em desenvolvimento com estabilidade de preços, no longo prazo. Peláez (1981) menciona que em 31 de dezembro de 1964 foi assinada a Lei da Reforma Bancária n. 4.595, que aboliu a SUMOC, substituindo-a pelo Conselho Monetário Nacional (CMN) e criou o Banco Central do Brasil – BACEN. Com a criação do Banco Central, o Banco do Brasil deixa de ser emissor de papel-moeda.

Pode-se dizer que a história do Banco do Brasil confunde-se com a história do Brasil. A instituição custeou as tropas brasileiras na Guerra do Paraguai, na I e II Grande Guerra Mundial. Apesar das duas extinções pelas quais passou, atravessa diversas crises, juntamente com o País, mas por ser um banco oficial, sempre tem

aporte de dinheiro público, que o mantém assim, em posição privilegiada e lhe gera uma imagem de banco de sucesso.

De acordo com Fortuna (1999) o Banco tinha uma função privilegiada de autoridade monetária, pois mantinha a conta movimento e era co-responsável pela emissão de moeda, via ajustamento das contas das autoridades monetárias e do Tesouro Nacional.

Em 1986, no governo do Presidente José Sarney, o Ministério da Fazenda Dilson Funaro assina a extinção da conta movimento mantida pelo Banco Central do Brasil, que lhe assegurava o suprimento de recursos automáticos. Em compensação, o Banco foi autorizado a praticar as operações permitidas aos demais intermediários financeiros. Na verdade ele passou a precisar dessas práticas para conseguir recursos para cobrir seus custos.

Nesse momento o BB era um banco comercial como outro qualquer, mas enquanto os bancos privados viviam se mexendo para se adaptarem às mudanças do mercado, no Banco do Brasil ainda havia a filosofia de um Banco não voltado para o cliente, e que vivia de um passado glorioso, mantendo-se inflexível a essas mudanças. Uma empresa que só vive de um passado de glórias ao invés de satisfazer as necessidades de seus clientes está fadada à falência.

Para o ano de 2003, o Banco do Brasil consolidará sua nova arquitetura organizacional estabelecida sobre quatro pilares negociais: atacado, varejo, Governo e recursos de terceiros. O objetivo é refinar ainda mais o foco no cliente, dando ênfase à segmentação e maior qualidade ao atendimento diferenciado.

Essa nova arquitetura implica racionalização de custos, remodelagem de produtos, estímulo ao processo de automação, redesenho do sistema de distribuição e atendimento de acordo com o perfil do cliente.

O negócio de varejo cuidará do atendimento a pessoas físicas e a micro e pequenas empresas. O atacado terá seu foco no mercado de pessoas jurídicas, médias empresas e segmento *corporate*. No pilar Governo, estarão englobados os três níveis do Executivo (Federal, Estadual e Municipal), como também o Legislativo e o Judiciário. O pilar recursos de terceiros estruturou-se a partir da segregação entre recursos próprios e de terceiros, intensificada com a autonomia administrativa do BB Administração de Ativos, que permitirá mais agilidade e competitividade.

A estratégia de crescer no varejo, pela expansão de negócios no atacado, em 2001 e 2002, deverá estimular ainda mais a conquista de clientes em 2003, contribuindo para o crescimento do Banco do Brasil nesses mercados e para otimizar custos e uso dos recursos na expansão da base de clientes.

### 3.3 PERCEPÇÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

A missão do BB espelha a razão de ser da organização e exerce função orientadora e delimitadora da ação empresarial. Sua missão é: ser a solução em serviços e intermediação financeira, atender às expectativas de clientes e acionistas, fortalecer o compromisso entre os funcionários e a empresa e ser útil à sociedade. Pela própria missão do banco percebe-se a preocupação da instituição com a responsabilidade social, pois enfoca o compromisso com os funcionários e a utilidade à sociedade.

As crenças expressam valores assumidos pela organização, existentes e potenciais, que devem ser compreendidos, aceitos e aplicados na vida profissional



de seus funcionários. No Banco do Brasil ([www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)) estes princípios são definidos como:

- Respeito a princípios éticos
- Compromisso com as comunidades e com o País.
- Conceito de empresa competitiva, sólida e tradicional.
- A marca BB como diferencial competitivo.
- Melhoria contínua de produtos e serviços.
- Proatividade no gerenciamento do risco, da rentabilidade, da liquidez e da segurança.
- Adoção da decisão colegiada e do trabalho em equipe como mecanismos de integração.
- Valorização do trabalho eficiente e inovador.
- Incentivo ao autodesenvolvimento e à profissionalização dos funcionários.
- Ascensão funcional baseada no mérito.
- Qualidade do atendimento.
- Respeito e transparência.

As crenças e valores definidos pelo Banco do Brasil, caracterizam-na como empresa que é socialmente responsável, pois expressam sua preocupação com o cliente interno e externo da organização, indo além da obrigação de respeitar as leis, pagar impostos e observar as condições adequadas de segurança e saúde para os trabalhadores, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor e estará contribuindo para a construção de uma sociedade mais justa.

No entanto, as ações sociais específicas são definidas na Fundação Banco do Brasil, que dispõe de uma estrutura autônoma e é gerida por funcionários do Banco. A Fundação Banco do Brasil representa a ação social do seu Instituidor, Banco do Brasil, na busca de soluções e/ou minimização dos problemas sociais e na geração de oportunidades ao cumprimento da sua missão: “contribuir para o desenvolvimento social do País”.

Tem como negócio atuar nos campos de assistência à comunidades urbano-rurais, assistência social, ciência e tecnologia, carteira de educação, recreação e desportos e saúde, gerenciando carteira de projetos que promovam o desenvolvimento social. A fundação deve ser percebida, pela sociedade, pelos parceiros e pelos funcionários do conglomerado Banco do Brasil, como:

- a) braço social do Banco do Brasil;
- b) organização de excelência do desenvolvimento social;
- c) sua atuação é norteada pelas seguintes diretrizes estratégicas:
  - atuar no desenvolvimento social sustentável;
  - promover soluções geradoras de transformações sociais;
  - estabelecer parcerias ou alianças sociais estratégicas que propiciem a consecução dos seus objetivos estratégicos;
  - fortalecer a relação com as empresas do conglomerado Banco do Brasil através de parcerias/alianças;
  - potencializar os resultados através da integração e ação sinérgica entre os programas sociais.

A Fundação mantém hoje nove programas sociais sistematizados. A diretoria de gestão de pessoas estruturou programa de voluntariado pelo qual busca sistematizar as ações desenvolvidas pelos funcionários e familiares, com o objetivo de fomentar a cultura do voluntariado. Disponibilizou site na intranet corporativa, onde os voluntários podem encontrar oportunidades de prestar trabalho voluntário. No formulário de cadastramento é feita uma pergunta em aberto de modo que o voluntário possa se manifestar, registrando suas expectativas e sugerindo aperfeiçoamentos no programa.

A decisão quanto ao investimento social se dá no âmbito do Conselho Curador da Fundação Banco do Brasil, que é soberano em sua decisão. O relacionamento com o Governo é apenas de parceria na realização dos programas, principalmente junto a prefeituras.

Nas ações sociais, o Banco tem foco na cultura e no esporte. A Fundação, na educação, saúde e disseminação de tecnologias sociais. As promoções culturais e esportivas se dão sob a gestão e orçamento da área de Comunicação e Marketing do Banco.

O orçamento da Fundação Banco do Brasil provém dos resultados financeiros de aplicação do patrimônio, além de recursos de parte das vendas dos seguros Ouro e do título de capitalização Ourocap Milênio. No primeiro semestre de 2002 foram investidos R\$ 33,5 milhões em diversas ações, como a complementação escolar de crianças, a alfabetização de jovens e adultos, a melhoria do atendimento de crianças com câncer e a geração de trabalho e renda, entre outras.

Quanto a relação do BB com empresas do terceiro setor (ONG's), destaca-se que todos os programas da Fundação Banco do Brasil são realizados em parceria não só com ONG's, mas também com universidades, prefeituras e outras associações civis, de modo a otimizar as ações. Assim, a seguir descrevem-se alguns programas criados e mantidos pelo banco do Brasil.

### **3.3.1 BB Educar**

“Ninguém opta pela miséria e pela tristeza. Ninguém é analfabeto por opção”. A frase que leva a assinatura do professor e pedagogo Paulo Freire, que serviu de inspiração para a criação do BB Educar é um programa cujo principal objetivo é contribuir para a erradicação do analfabetismo. Até 2002, no Brasil, 74.041 pessoas

já foram alfabetizadas com base nesse programa, das quais 23.256 durante o ano de 2001, em 242 municípios.

O BB Educar nasceu em 1992, inspirado na necessidade do Banco do Brasil de alfabetizar funcionários da carreira de serviços gerais, como carpinteiros, pedreiros, pintores, entre outros. Posteriormente, o sucesso alcançado pela experiência, associado à vontade do BB de intensificar sua atuação social, levou ao surgimento de um Programa estruturado, com possibilidade de atuação de âmbito nacional e apoiado no trabalho voluntário de funcionários do próprio BB e da comunidade. Só no ano passado foram mobilizados cerca de 4.000 alfabetizadores.

As ações de alfabetização são realizadas com base em uma metodologia própria, desenvolvida pelo Banco do Brasil e fundamentada nos princípios filosóficos e pedagógicos de educação concebidos por Paulo Freire e na epistemologia do processo de conhecimento da psicopedagoga Emília Ferreiro. Da conjugação desses ensinamentos surge uma proposta de ensino inovadora, que pressupõe uma construção coletiva, integrando educando e educador no processo de aprendizagem. Uma relação dinâmica, contínua e principalmente crítica, que tenta resgatar a cultura local e a prática do exercício da cidadania.

Além do aprendizado da leitura e da escrita, proporcionado pela proposta metodológica apresentada, o BB Educar propicia condições de inclusão dos alfabetizados em cursos supletivos ou de ensino fundamental.

A excelência do Programa ficou clara pelas premiações conquistadas em 2001, o Top Social, da Associação dos Dirigentes de Vendas e Marketing do Brasil; e o Destaque no Marketing, da Associação Brasileira de Marketing e Negócios.

### 3.3.2 AABB Comunidade

O artigo de número 53 do Estatuto da Criança e do Adolescente (ECA) estabelece, entre outros, que “a criança e o adolescente têm direito à educação, visando ao pleno desenvolvimento de sua pessoa, preparo para o exercício da cidadania (...)”. Esse preceito é um dos principais norteadores das atividades do AABB Comunidade. Um Programa que vem promovendo o atendimento integral a jovens pertencentes à famílias de baixa renda, freqüentadores da rede pública de ensino, com idades compreendidas entre 7 e 17 anos. Em 2001, foram 48.444, de 25 estados brasileiros.

Além das diretrizes estabelecidas pelo ECA, o Programa AABB Comunidade, desenvolvido em parceria com a Federação Nacional das AABB, fundamenta-se em premissas, como: o acesso a uma educação de qualidade, como garantia de transformação da realidade brasileira; e a prática de atividades complementares, como estimuladora do auto-conhecimento, da auto-estima, da auto-valorização dos jovens.

O Programa acontece durante o horário extra-escolar. Milhares de jovens têm acesso às Associações Atléticas Banco do Brasil (AABB), espalhadas por todo o País, recebendo toda a atenção de educadores pedagógicos, especialmente preparados para as atividades pelo Núcleo de Trabalhos Comunitários da PUC-SP. Em 2001, foram 3.407 jovens.

Os participantes do Programa recebem, de forma totalmente gratuita, todo o material necessário ao desenrolar das atividades educativas, pedagógicas, culturais, esportivas, de lazer e outras - dependendo da infra-estrutura da AABB em cada município. Além disso, é garantida a refeição das crianças durante o período que

estão no Programa e o atendimento médico e odontológico - também sem qualquer ônus para os jovens ou suas famílias.

Os participantes do Programa são selecionados com base em critérios bem definidos. São crianças e adolescentes, de ambos os sexos, pertencentes à famílias de baixa renda, e que estão matriculados ou venham a matricular-se em escolas da rede pública. Vinte e cinco por cento das vagas são oferecidas a jovens em situação de alto risco social. Desde que, mediante orientação e apoio dos coordenadores pedagógicos, possam ingressar ou retornar às atividades escolares.

### **3.3.3 Criança e Vida**

O Programa Criança e Vida existe desde 1997, tendo sido criado com o objetivo de investir no combate à mortalidade por câncer infantil através de ações de fortalecimento da estrutura de atendimento existente no País.

A opção pelo câncer infantil explica-se, entre outros motivos, pelo impacto social da doença. É consenso que uma família se desestrutura muito mais quando o paciente é uma criança acometida por câncer. Além disso, os especialistas alertam que a doença apresenta chances de cura em até 70% dos casos, desde que diagnosticada precocemente e aplicado o tratamento adequado e humanizado.

O Programa tem como parceiro técnico o Ministério da Saúde e contempla 5 pilares de atuação: implantação de centros de referencia no diagnóstico laboratorial, melhoria da infra-estrutura dos hospitais que atuam como centros de tratamento, criação da central informatizada de oncologia pediátrica e capacitação sobre diagnóstico e sintomatologia em câncer infantil.

Em 2001, foram inaugurados dois Centros de Referência em Diagnóstico Laboratorial de Câncer Infantil, localizados em São Paulo e no Rio Grande do Sul;

lançada a Central Informatizada de Oncologia Pediátrica (CIOPE), permitindo o intercâmbio de informações entre as instituições e profissionais que atuam na área; melhoria da infra-estrutura dos centros de tratamento, mediante convênios assinados com 10 hospitais localizados nos estados do Amazonas, Rio Grande do Norte, Paraíba, Sergipe, Piauí, Ceará, Goiás, Distrito Federal, Mato Grosso do Sul e Espírito Santo.

Além disso, foi ministrado curso de atualização com a participação de renomados especialistas internacionais e realizada a jornada de câncer infantil do Ceará para profissionais de saúde que realizam o primeiro atendimento à criança e que, instruídos como identificar a doença de imediato, podem encurtar o caminho que leva à cura.

### **3.3.4 Programa Trabalho e Cidadania**

Em um mercado de trabalho cada vez mais saturado e competitivo, conquistar ou preservar uma vaga, ou ainda conseguir a progressão na carreira, torna-se uma tarefa complicada, que requer investimentos expressivos, constantes e consistentes no trabalhador brasileiro. Pensando nisso, a Fundação Banco do Brasil criou um Programa destinado à geração de trabalho e renda embasada em toda a tradição, conhecimento e experiência do Banco do Brasil em matéria de produtos e serviços para fomento ao desenvolvimento da agricultura, da indústria e da economia brasileira em geral.

O Trabalho e Cidadania, desenvolvido em parceria com o Ministério do Trabalho e Emprego, vem investindo de forma criteriosa, planejada e disseminada - abrangendo todos os Estados brasileiros - não apenas na qualificação, mas também

na reconversão e requalificação de trabalhadores, tão necessária perante as aceleradas mudanças ocorridas no mercado - com extinção de funções e profissões nas mais diversas áreas.

O Programa viabiliza cursos de capacitação profissional nas mais diversas áreas - assessoria técnica e consultoria de negócios -, fortalece unidades produtivas e estimula o associativismo. Em suma, proporciona o crescimento profissional do cidadão brasileiro de menor poder aquisitivo e o desenvolvimento do País.

Em 2001 foram realizados 1.078 projetos, dos quais se destaca a implantação, no Rio de Janeiro, de uma oficina de serigrafia que capacita jovens portadores de deficiência e os prepara para a inserção no mercado de trabalho.

### **3.3.5 Projeto Memória**

O Projeto Memória, uma parceria com a Organização Odebrecht, foi criado para proporcionar a estudantes da rede pública de ensino o acesso a informações sobre personalidades e fatos que marcaram época, que se distinguiram em diferentes áreas da cultura brasileira. A Fundação Banco do Brasil acredita que o resgate histórico garante uma formação cultural mais sólida de nossos jovens.

Para levar as informações até seu público, o Projeto Memória realiza exposições itinerantes, edita livros bibliográficos, produz CD Rom e cria sites na internet, além de diversos materiais didáticos para distribuição em bibliotecas e escolas públicas de todo o País, enriquecendo seus acervos e disseminando informações que podem, inclusive, servir de base a importantes trabalhos de pesquisa.

Em 2001, foi recuperada toda a pesquisa histórica realizada para os quatro primeiros homenageados (Castro Alves, Monteiro Lobato, Rui Barbosa e Pedro



Álvares Cabral), por meio de uma exposição retrospectiva composta por 18 painéis e enviada a cada um dos Estados, onde itinerou pelas principais cidades do interior.

### **3.3.6 Escola Campeã**

Tendo em vista que investir na educação, especialmente na rede pública, é fator essencial para garantir que o Brasil se torne um País competitivo e socialmente inclusivo, a Fundação Banco do Brasil, em aliança estratégica com o Instituto Ayrton Senna, abraçou o desafio de fortalecer a gestão municipal e escolar. A implantação do Programa Escola Campeã, iniciada em 2001, está contribuindo para melhorar a qualidade do ensino fundamental.

O Programa, que reúne 52 municípios de 24 Estados, atinge um universo de 1 milhão de alunos, 32 mil professores, 4 mil escolas e 2.500 diretores de escola. São contempladas, entre outras, ações que permitirão a descentralização da gestão da educação; a eficiência no uso dos recursos públicos; a ampliação da política de estruturação das secretarias de educação; a sustentabilidade das ações e sua reaplicabilidade em localidades próximas, gerando um efeito multiplicador dos resultados com repercussões em grande escala.

O Escola Campeã tem um forte componente de capacitação que acontece mediante a disponibilização de instrumentos de planejamento e gestão, direcionado para um público constituído de secretários de educação, diretores de escolas públicas e até mesmo professores.

Ao longo do ano passado, ocorreram vários encontros nacionais e regionais de capacitação, além da realização dos diagnósticos da situação educacional nos municípios participantes; elaboração dos Planos Anuais de Trabalho; qualificação dos secretários municipais de educação e suas equipes para o gerenciamento das

políticas públicas referentes ao ensino fundamental; e lançamento de um informativo periódico para divulgação e compartilhamento de experiências.

### **3.3.7 Banco de Tecnologias Sociais**

O Programa Banco de Tecnologias Sociais é o mais novo instrumento de disseminação de soluções para o desenvolvimento social. Trata-se de uma base de dados, disponível no site da Fundação Banco do Brasil ([www.cidadania-e.com.br](http://www.cidadania-e.com.br)), composta por informações detalhadas sobre iniciativas geradoras de transformações sociais positivas, ou seja, que efetivamente constituem soluções para questões relativas a demandas de água, alimentação, educação, energia, habitação, renda, saúde e meio ambiente. Só estão cadastradas tecnologias já aplicadas, com resultado e impacto social comprovados.

O principal instrumento de captação das tecnologias é o Prêmio Fundação Banco do Brasil de Tecnologia Social, que conta com o apoio institucional da UNESCO. A seleção, que ocorreu pela primeira vez em 2001, obedece a critérios como exemplaridade, inovação, transformação social obtida e reaplicabilidade - possibilidade de transferência a outros grupos populacionais.

Com o Banco de Tecnologias Sociais, a Fundação Banco do Brasil se coloca como articuladora social, aproximando soluções de problemas. Difundindo tecnologias aplicadas ao desenvolvimento social, aproximando realidades e disseminando o uso de soluções de sucesso, muitas vezes, conhecidas apenas pelas comunidades onde foram originalmente implementadas.

### **3.3.8 Justiça Itinerante**

No campo de assistência social, a Fundação Banco do Brasil desenvolveu o programa Justiça Itinerante que, implementado em parceria com os Tribunais de Justiça Estadual, tem como objetivo levar a justiça e cidadania principalmente à população mais carente, moradora das regiões mais afastadas ou de difícil acesso, possibilitando-lhe acesso à Justiça de forma rápida e gratuita.

Utilizando-se de veículos - barco ou ônibus adaptado para a função - Juiz e equipe se deslocam até localidades precariamente assistidas pela Justiça, levando a prestação jurisdicional de forma eficiente e ágil, fugindo aos padrões tradicionais. O homem simples vai se acostumando com a presença de uma unidade móvel, que, periódica e sistematicamente, vai ao seu encontro, auxiliando-o no resgate de um de seus mais valiosos bens: o direito.

O projeto pode contar ainda com a adesão de várias instituições que, em parceria com o Tribunal, executam diversos serviços na busca e promoção da cidadania, como emissão de documentos, realização de casamentos e palestras educativas, assistência médica e odontológica etc. É a Justiça batendo à porta do cidadão e oferecendo-lhe cidadania ativa.

### **3.3.9 Diversidade**

Garantir a inclusão social de pessoas portadoras de deficiência é o grande objetivo da Fundação Banco do Brasil com o Programa Diversidade. Um Programa criado no final de 2001, depois de um cuidadoso trabalho de prospecção realizado por técnicos da Fundação, em parceria com a Coordenadoria Nacional para Integração da Pessoa Portadora de Deficiência – CORDE.

O Diversidade baseia-se em cinco grandes pilares: criação de um sistema nacional de dados sobre o universo do portador de deficiência; campanha nacional de sensibilização, visando reduzir o preconceito e a desinformação da sociedade sobre a questão da deficiência; apoio à implantação e fortalecimento dos conselhos estaduais dos direitos da pessoa portadora de deficiência; produção de guia sobre a questão da deficiência, contendo informações referentes aos mais diversos campos - saúde, educação, legislação, orientação familiar e acessibilidade; e, por último, busca da acessibilidade do portador de necessidades especiais ao mercado de trabalho, prova mais concreta de sua inclusão social.

### **3.3.10 Projetos de Desenvolvimento Sustentável**

Atender às necessidades atuais da população sem comprometer os recursos naturais e as condições ambientais das gerações futuras é o objetivo dos seis projetos-piloto de desenvolvimento sustentável em que a Fundação investiu em 2001.

Esses projetos tem origem na produção orgânica e na implantação de sistemas integrados que utilizam as tecnologias de aproveitamento de resíduos adaptadas às principais cadeias produtivas das comunidades atendidas, gerando renda e preservando o meio-ambiente.

As experiências estão sendo conduzidas nos municípios de Machado – MG (café orgânico), Petrolina – PE (rejeitos de dessalinização), Palminópolis – GO (pólo orgânico biodinâmico), Sobral – CE (leite de cabra), Pimenta Bueno – RO (briquetes energéticos) e Rio Branco – AC (pimenta longa).

Um dos exemplos de projeto de desenvolvimento sustentável em curso refere-se à cadeia produtiva do café orgânico, compreendendo as etapas de produção, industrialização e comercialização do produto.

A produção orgânica pressupõe uma interação harmônica entre o ser humano, a natureza e a cultura a ser explorada economicamente. Aos produtores e técnicos envolvidos estão sendo disponibilizados cursos de agricultura e cafeicultura orgânica, agrossilvicultura e gerenciamento da propriedade.

A instalação de uma moderna usina de beneficiamento de café orgânico possibilitará a oferta da produção para os mercados interno e externo. Todos os projetos levam em conta as potencialidades regionais, rentabilizando-se os recursos naturais e humanos existentes. É uma contribuição da Fundação para a melhoria das condições de vida de comunidades onde se observam, muitas vezes, índices de desenvolvimento humano e de desemprego preocupantes.

### 3.4 ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL

Para a elaboração do Balanço Social do BB, a Gerência de Relações com Investidores coleta os dados das diversas áreas, especialmente Gestão de Pessoas, Governo, Marketing, Comunicação e Fundação Banco do Brasil. Com base nesses dados apresenta uma primeira versão do Relatório Social, conforme estrutura previamente acertada com os principais intervenientes. A elaboração final fica a cargo da Diretoria de Marketing e Comunicação. Alguns indicadores que fazem parte do relatório são construídos a partir de informações fornecidas pela área contábil.

Várias unidades do Banco acompanham o estado da arte sobre responsabilidade social desde 1997, participando de encontros e discutindo o tema interna e externamente. A metodologia utilizada na elaboração do relatório social do

BB leva em consideração os modelos do Instituto Brasileiro de Análises Sociais e Econômicas.

O Banco inclui os indicadores de responsabilidade propostos pelo IBASE em seu relatório social e a demonstração do valor adicionado é publicada regularmente, juntamente com as demais informações contábeis. No quadro 5, evidencia-se a estrutura do balanço social do Banco do Brasil referente ao exercício social de 2002, comparativamente ao de 2001:

1 – Base de Cálculo		2002 Valor (Mil reais)		2001 Valor (Mil reais)		
Receita Líquida – RL		56.764.213		36.713.619		
Resultado Operacional – RO		2.027.676		1.081.952		
Folha de Pagamento Bruta - FPB		5.139.913		4.994.665		
2 – Indicadores Sociais Internos	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre FPB	% sobre RL
Alimentação	304.622	5,93	0,54	258.380	5,17	0,70
Encargos sociais compulsórios	1.112.590	21,65	1,96	1.113.890	22,30	3,03
Previdência privada	172.604	3,36	0,30	317.811	6,36	0,87
Saúde	158.935	3,09	0,28	274.191	5,49	0,75
Segurança e medicina no trabalho	12.436	0,24	0,61	12.005	0,24	0,03
Educação	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
Cultura	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
Capacitação e desenvolvimento profissional	29.763	0,58	0,05	27.521	0,55	0,07
Creches/auxílio creche	24.922	0,48	0,04	23.745	0,48	0,06
Participação nos lucros e resultados	144.876	2,82	0,26	66.346	1,33	0,18
Outros	0	0,00	0,00	6.706	0,13	0,02
Total – indicadores sociais internos	1.960.748	38,15	3,45	2.100.595	42,06	5,72
3 – Indicadores Sociais Externos	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Educação	10.152	0,50	0,02	12.481	1,15	0,03
Cultura	34.069	1,68	0,06	25.829	2,39	0,07
Saúde e saneamento	4.056	0,20	0,01	3.342	0,31	0,01
Esporte	36.279	1,79	0,06	17.000	1,57	0,05
Combate à fome e segurança alimentar	0	0,00	0,00	0	0,00	0,00
Outros	45.609	2,25	0,08	28.534	2,64	0,08
Total das contribuições para a sociedade	130.164	6,42	0,23	87.186	8,06	0,24
Tributos (excluídos encargos sociais)	2.007.726	99,02	3,54	986.408	91,17	2,69
Total – indicadores sociais externos	2.268.055	111,85	4,00	1.073.594	99,23	2,92
4 – Indicadores Ambientais	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL	Valor (mil)	% sobre RO	% sobre RL
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa	52.000	2,56	0,09	56.000	5,18	0,15
Investimentos em programas e/ou projetos externos	472	0,02	0,00	0	0,00	0,00
Total dos investimentos em meio ambiente	52.472	2,59	0,09	56.000	5,18	0,15

Quanto ao estabelecimentos de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa	( ) não possui metas ( ) cumpre de 0 a 50% ( ) cumpre de 51 a 75% (X) cumpre de 76 a 100%			( ) não possui metas ( ) cumpre de 0 a 50% ( ) cumpre de 51 a 75% (X) cumpre de 76 a 100%		
<b>5 – Indicadores do Corpo Funcional</b>						
N. de empregados(as) ao final do período	78.619			78.122		
N. de admissões durante o período	4.967			4.855		
N. de empregados (as) terceirizados (as)	2.041			1.761		
N. de estagiários (as)	9.540			11.880		
N. de empregados (as) acima de 45 anos	22.374			19.810		
N. de mulheres que trabalham na empresa	27.666			27.363		
% de cargos de chefia ocupados por mulheres	19			24		
N. de negros (as) que trabalham na empresa	11.944			11.665		
% de cargos de chefia ocupados por negros (as)	15,05			14,79		
N. de portadores (as) de deficiência ou necessidades especiais	1.040			1.027		
<b>6 – Informações relevantes quanto ao exercício da cidadania empresarial</b>	<b>2002</b>			<b>Metas 2003</b>		
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa	25,31			nd		
Número total de acidentes de trabalho	Nd			nd		
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por	( ) direção	(x) direção e gerências	( ) todos os empregados	( ) direção	(x) direção e gerências	( ) todos os empregados
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por	( ) direção	( ) todos os empregados	(x) todos + Cipa	( ) direção	( ) todos os empregados	(x) todos + Cipa
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a empresa	( ) não se envolve	(x) segue as normas da OIT	( ) incentiva e segue a OIT	( ) não se envolve	(x) segue as normas da OIT	( ) incentiva e segue a OIT
A previdência privada contempla:	( ) direção	( ) direção e gerências	(x) todos os empregados	( ) direção	( ) direção e gerências	(x) todos os empregados
A participação dos lucros ou resultados contempla:	( ) direção	( ) direção e gerências	(x) todos os empregados	( ) direção	( ) direção e gerências	(x) todos os empregados
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:	( ) não são considerados	(x) são sugeridos	( ) são exigidos	( ) não são considerados	(x) são sugeridos	( ) são exigidos
Quanto à participação de empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:	( ) não se envolve	( ) apóia	(x) organiza e incentiva	( ) não se envolve	( ) apóia	(x) organiza e incentiva
Número total de reclamações e críticas de consumidores:	na empresa: 344.499	no PROCON ND	Na justiça ND	na empresa ND	no PROCON ND	na justiça ND
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:	na empresa 100%	no PROCON ND	Na justiça ND	na empresa ND	no PROCON ND	na justiça ND
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):	Em 2002: 9.974.620			Em 2001: 7.709.373		

Distribuição do Valor Adicionado (DVA):	26,42% governo 5,81% acionistas	50,78% colaboradores 16,99% retido	20,44% governo 3,44% acionistas	65,53% colaboradores 10,59% retido
---	------------------------------------	--	------------------------------------	--

### **Quadro 5 - Estrutura do balanço social do BB**

Fonte: Banco do Brasil 2003 (www.bb.com.br).

Analisando-se a estrutura do balanço social do Banco do Brasil, percebe-se que o relacionamento do Banco com a sociedade é pautado por ações estáveis, de longo alcance e maturação. Isto porque o seu desenvolvimento sustentável implica em ser útil às comunidades em que está presente.

### **3.5 ASPECTOS SOBRE O BALANÇO SOCIAL DO BB DE 2002**

De acordo com o balanço social (Quadro 5) e a demonstração do valor adicionado de 2002 (Anexo A), publicado pelo Banco do Brasil em 12 de fevereiro de 2003, constata-se que, em 2002, a empresa aprimorou sua atuação junto ao público externo em diversas áreas. O total das contribuições da Fundação Banco do Brasil, para a sociedade, foi de R\$ 60,6 milhões, aplicados em diversos projetos, alcançando todo o País.

Esses projetos têm como foco comum, a transformação social das comunidades em que atua. As áreas de atuação em 2002, e os respectivos projetos da Fundação BB constam no quadro 6:

<b>Áreas de Atuação</b>	<b>Projetos da Fundação BB</b>
Saúde	- Criança e Vida;
Trabalho	- Trabalho e Cidadania;
Educação	- AABB Comunidade; Escola Campeã; BB Educar;
Meio Ambiente	- Bio Consciência;
Tecnologia Social	- Banco de Tecnologias Sociais;
Redução da Exclusão Social	- Justiça Itinerante;
Resgate da Memória Nacional	- Projeto Memória

### **Quadro 6 – Áreas de atuação da Fundação Banco do Brasil.**

Fonte: www.bb.org.br, 2002.



Além disso, o apoio à cultura se manifestou pelo investimento de R\$ 34,1 milhões, representando 0,06% de sua receita líquida na promoção de eventos nos Centros Culturais Banco do Brasil em Brasília, São Paulo e Rio de Janeiro, e também por meio do Circuito Cultural Banco do Brasil, que levou, a 24 cidades brasileiras, diversos espetáculos e exposições artísticas. Em 2002, o público total nos Centros Culturais foi de 2.281 mil visitantes e nas cidades em que se apresentou, o Circuito Cultural atendeu 114 mil pessoas.

Adicionalmente, no período, os investimentos do Banco do Brasil em esporte foram R\$ 36,3 milhões, representando 0,06% de sua receita líquida. O apoio ao esporte brasileiro se deu no vôlei e no tênis, tanto em patrocínio a atletas e equipes, como na promoção do esporte pelo país. As principais ações junto ao vôlei foram: patrocínio das seleções brasileiras de vôlei *indoor* masculina e feminina, nas categorias infanto-juvenil e adulta; escolinhas de vôlei para adolescentes de 11 a 16 anos; realização de 19 etapas do Circuito Banco do Brasil Vôlei de Praia e arrecadação de 70 toneladas de alimentos nos jogos realizados. No tênis, as principais ações foram: patrocínio ao atleta Gustavo Kuerten, o Guga; Escolinha Banco do Brasil para crianças; e patrocínio da equipe brasileira de tênis.

Para estimular o desenvolvimento de valores éticos e profissionais em adolescentes carentes foi criado, em 2001, o programa Adolescente Trabalhador, que promove a qualificação profissional do adolescente como aprendiz em serviços bancários. Ao final de 2002, o programa atendia 2.758 adolescentes. No período, o dispêndio da Empresa com o programa foi superior a R\$ 1,29 milhões.

A fim de combater o desperdício de energia elétrica, o Banco investiu R\$ 52 milhões, 0,09% de sua receita líquida, em obras de modernização dos sistemas de iluminação, ar condicionado e elevadores.

Ainda, o Banco lançou o programa Voluntariado BB para mobilizar, junto aos funcionários e seus familiares, cidadãos que possam colaborar com a melhoria da qualidade de vida da comunidade. Em 2002, 8.643 pessoas se cadastraram no programa, das quais 7.854 funcionários.

A fim de complementar a aposentadoria de seus funcionários, o repasse patronal do Banco à Previ foi R\$ 172,6 milhões, o que corresponde a 0,3% de sua receita líquida. Ao final do período, a Previ tinha 123.122 associados ativos, 49.335 aposentados e 16.883 pensionistas, mantendo-se na posição de maior fundo de pensão da América Latina.

Para a promoção da saúde de seu corpo funcional, o BB repassou à Cassi um total de R\$ 158,9 milhões, 0,28% de sua receita líquida. Além de promover programas de medicina preventiva e ações continuadas de identificação e prevenção de doenças ocupacionais, por meio da realização de *exames periódicos de saúde*, o BB identificou e adotou providências para situações e ambientes de riscos em 90% dos casos. A Cassi, um dos maiores planos de saúde do País, contava com um total de 644.167 associados ao final de 2002.

Preocupado com o bem-estar de seus empregados, o BB destinou para alimentação um total de R\$ 304,6 milhões, representando 0,54% de sua receita líquida. Os gastos com alimentação beneficiaram não só os funcionários do Banco mas também seus colaboradores mais diretos (empresas terceirizadas).

Como forma de reconhecimento da contribuição funcional para o alcance de seus resultados, o Banco do Brasil aciona ao final de cada semestre o *Programa*

*Esponâneo de Participação nos Lucros e Resultados*, que considera tanto o desempenho do funcionário quanto o da empresa. No período, o programa beneficiou cerca de 90% dos funcionários e totalizou R\$ 144,9 milhões distribuídos, o que representa 0,26% sobre a receita líquida.

Visando a capacitação e o desenvolvimento profissional de seus empregados, o BB investiu R\$ 29,8 milhões, 0,05% de sua receita líquida, em diversas ações, tais como 3.370 bolsas de estudo em nível superior. E ainda, preocupado em facilitar o acesso de seus funcionários ao trabalho, o BB destinou R\$ 24,9 milhões, 0,04% de sua receita líquida, para o auxílio-creche, que beneficiou dependentes de 3 meses até 7 anos de idade.

As Comissões de Conciliação Prévia do BB solucionaram, em 2002, 552 conflitos trabalhistas entre o Banco e funcionários ou ex-funcionários, evitando a recorrência à Justiça do Trabalho, beneficiando assim ambas as partes.

Desta forma pode-se dizer que o Banco do Brasil é socialmente responsável, pois foi além da obrigação de respeitar determinações legais, fiscais e trabalhistas, através de seus programas sociais, colaborou com a sociedade, considerando seus valores, normas e expectativas para o alcance de seus objetivos, e faz isso por acreditar que assim será uma empresa melhor.

Para possibilitar uma melhor avaliação desses números faz-se a inserção dos valores divulgados por duas instituições financeiras que rivalizam com o Banco do Brasil em volume de negócios. O Bradesco ([www.bradesco.com.br](http://www.bradesco.com.br)), através da Fundação Bradesco destinou nos últimos seis anos para a educação, R\$ 605,9 milhões, sendo que em 2002 foram R\$ 123,3 milhões.

Já o Banco Itaú ([www.itaub.com.br](http://www.itaub.com.br)), através da Fundação Itaú Social, que é responsável pelo Programa Itaú Social, destinou R\$ 80 milhões, desde a sua

criação, em 1993, até dezembro de 2001, para a execução de 600 projetos na área de ensino fundamental (1ª a 8ª séries) e saúde.

### 3.6 DIVULGAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL

O primeiro balanço social do Banco do Brasil foi publicado em 1997. Foi, inclusive, dedicado ao Betinho, que faleceu antes que fosse publicado: “Este primeiro balanço social do Banco do Brasil é dedicado a Herbert de Souza ‘Betinho’ (1935-1997), cujo último esforço foi, precisamente, divulgar a idéia do balanço social”.

No início do ano de 1997, o sociólogo Herbert de Souza (Betinho) publicara artigo em jornal sobre o assunto que obteve grande repercussão e suscitou muita discussão. As deputadas petistas Marta Suplicy (SP), Maria da Conceição Tavares (RJ) e Sandra Starling (MG) apresentaram o Projeto de Lei n.º 3.111/97, que tornava obrigatória a publicação de balanço social para todas as empresas públicas e para as empresas privadas com 100 ou mais empregados. A campanha pelo Balanço Social fora lançada por Betinho, em junho de 1997, no Centro Cultural do Banco do Brasil, no Rio de Janeiro. O então diretor de relações com o Mercado, Carlos Gilberto Caetano, e o Presidente do Banco do Brasil, Paulo César Ximenes, encamparam a idéia. Todavia, somente em 2002 começou a ser chamado de relatório social.

Quanto à divulgação do balanço social pelo BB, vale destacar que, desde 1999 o banco distribui um “kit relatório anual”, composto pelo relatório social, relatório anual e análise do desenvolvimento, para propiciar uma visão mais abrangente da instituição. O kit é enviado para setores do governo, analistas de

mercado, investidores, acionistas e outros interessados. O Banco do Brasil também fornece informações para o balanço social dos bancos que é elaborado e divulgado pela Federação Brasileira de Bancos – Febraban, com vistas a consolidar as ações frente à responsabilidade social das instituições financeiras no Brasil.

O relatório social está disponível do site do BB na Internet ([www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)). O Banco não se posicionou quanto à questão de obrigatoriedade, que está sendo discutida no Congresso Nacional. Assumiu a postura de fazer o relatório e de procurar melhorá-lo sempre, participando dos debates sobre o tema.

### 3.7 UTILIZAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL NA GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Para o BB, conforme relatório social disponível em seu site ([www.bb.com.br](http://www.bb.com.br)), o balanço social é uma prestação de contas que a empresa faz à sociedade. Além disso, o registro das ações voltadas para a responsabilidade social permite avaliar seus resultados e direcionar os recursos para o futuro. A responsabilidade social faz parte da história e da cultura do Banco do Brasil, transcendendo as ações sociais patrocinadas pelo Banco.

O BB se identifica com a idéia da atividade empresarial como socialmente responsável e a ética é considerada um ganho, na medida em que solidifica a relação da empresa com seus funcionários, clientes, fornecedores, acionistas e governo. Neste sentido, busca informar sua atuação à sociedade, inclusive para que possa servir de exemplo a outras instituições financeiras.

Existe também um crescente mercado investidor voltado para as empresas consideradas socialmente responsáveis, que são inclusive aferidas por meio de índices como o *Dow Jones Sustainability Index*. A empresa percebida como

sustentável sob este ponto de vista pode ter suas ações recomendadas por analistas, o que contribui para a valorização da empresa.

Há ainda um inegável ganho de imagem perante a sociedade em geral, de modo que o investimento serve também como marketing social. Pringle e Thompson (2000) definem o termo marketing social como uma ferramenta estratégica de marketing e posicionamento que associa uma empresa ou marca a uma questão ou causa social relevante em benefício mútuo. Pois considera-se que empresas socialmente responsáveis estão melhor preparadas para assegurar a sustentabilidade a longo prazo dos negócios, por estarem sincronizadas com as novas dinâmicas que afetam a sociedade e o mundo empresarial.

A imagem do Banco do Brasil sempre foi associada a seu papel social junto à sociedade. Nesta perspectiva, as ações sociais desenvolvidas no âmbito da Fundação Banco do Brasil consolidam esse papel, tanto junto ao público interno quanto externo. As manifestações nos Comitês de Cidadania, no BB Educar, nas ações do Programa Voluntariado, nos comitês de empresas contra a fome e pela vida (COEP) e outros, são vistas de modo positivo junto às comunidades onde atuam. Da mesma forma, o patrocínio ao esporte (vôlei e tênis) e à cultura (Centros Culturais, Circuito Cultural) proporcionados pelo Banco do Brasil. O funcionamento do BB, juntamente com a Fundação Banco do Brasil, de modo geral, mostram-se bastante comprometidos com o País, apoiando e sentindo-se orgulhosos com a sua ação social.

A experiência do BB aponta que a motivação que o leva a elaborar o balanço social está ligada à necessidade da organização de um planejamento estratégico de amplo alcance. Hoje, mais do que nunca, para o desenho de planos de desenvolvimento baseados na reorganização produtiva, tecnológica, administrativa e

organizacional é muito importante ter clara a estrutura das variáveis contábeis, propriamente econômicas, mas também torna-se decisivo avaliar o peso das variáveis sócio-culturais.

Assim, pode-se dizer que o balanço social amplia a consciência da responsabilidade social do BB, facilitando a construção de redes de intervenção. Nesse sentido, torna-se uma ferramenta que permite tanto uma auto-análise da organização, como um estímulo reanimador das interações com os "*partners*" internos e externos. É um meio importante à disposição do banco para responder às interpelações da sociedade.

#### **4 PROPOSTA DE ORGANIZAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÃO FINANCEIRA**

A bibliografia sobre balanço social é ampla. No entanto, no que se refere a modelos de organização das informações do balanço social, são raros os trabalhos específicos sobre o assunto, e mais ainda quando se direciona às instituições financeiras. Grande parte são artigos e trabalhos acadêmicos, que relatam experiências ocorridas em algumas empresas.

Sendo assim, a partir da revisão bibliográfica realizada e dos dados diagnosticados na instituição financeira objeto de estudo, especificamente, sobre a organização do balanço social no BB, formulou-se uma proposta de organização das informações do balanço social em instituição financeira.

A que se propõe é uma adaptação da verificada na estrutura do balanço social do BB, uma vez que, tal organização é referência nacional no que se refere ao assunto. Inclusive recebeu, em 20 de novembro de 2002, da Bolsa de Valores de São Paulo (Bovespa), o Prêmio Balanço Social, categoria Centro-Oeste.

Desse modo, inicia-se propondo uma forma de organizar as informações de responsabilidade social. Em seguida apresenta-se as informações de responsabilidade social no balanço social. Também evidencia-se a utilização do balanço social na gestão da responsabilidade social e por último as dificuldades de implantação destas em instituição financeiras.



#### 4.1 FORMA DE ORGANIZAR AS INFORMAÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL

O balanço social, enquanto instrumento de gestão, tem importante papel na correção de uma falha freqüentemente encontrada no planejamento empresarial. Trata-se da ausência de esquema adequado de gerenciamento das atividades humanas e sociais que ocorrem no seio da instituição financeira. Assim, o modelo de balanço social que se propõe oferece a possibilidade de um efetivo acompanhamento e quantificação das referidas atividades. Existe, contudo, outro aspecto que pode ser observado no balanço social, o qual é representado por modificações que se podem introduzir na estrutura humana da instituição financeira e na postura de seus integrantes, principalmente a respeito de aspectos relevantes que se referem à sua vida na comunidade empresarial.

Tem-se que ampliar as avaliações da qualidade de vida, no sentido de seu objeto de estudo não ter como foco somente a população como um todo, mas também, diferentes segmentos ou grupos sociais significativos que compõem esta população. Atender à demanda de conhecimento social que, com o crescimento da visão da responsabilidade social, buscam deixar a prática assistencialista para incorporar e aprender nas ciências sociais a estruturação de projetos, metodologias/técnicas e práticas de elaboração e execução, que alcancem os objetivos propostos. A finalidade é que estes objetivos impactem no incremento dos benefícios sociais, melhorando a qualidade de vida da população.

Desta forma, convém salientar que as informações sobre responsabilidade social das instituições financeiras devem ser organizadas de tal modo que enfoquem as ações da instituição no campo humano e social, por ordem de priorização da organização. Para tanto, inicialmente, deve-se determinar os indicadores do balanço

social da instituição financeira. Os indicadores de balanço social devem refletir ações e programas sociais desenvolvidos no âmbito interno e externo da instituição financeira com definição clara de seu significado. Estes indicadores devem materializar de forma clara a identidade da organização, e responder a pergunta de como a mesma quer ser reconhecida como socialmente responsável para com todos os seus “*stakeholders*”. Metas devem ser estabelecidas para cada programa social, tomando como referência duas variáveis:

- Análise de situação da história dos resultados alcançados nos últimos 2 ou 3 anos em cada indicador adotado pela instituição financeira.
- Fixação de valores desafiadores, baseados na análise e com definição da respectiva unidade de medida.

As metas podem ser quantitativas e qualitativas.

- Metas quantitativas – refletem resultados numéricos, estatísticos ou financeiros relacionados a cada indicador ou programa.
- Metas qualitativas – refletem o grau de satisfação da população alvo do indicador, interna ou externa, obtido em pesquisa por amostragem ou levantamento de opinião.

O acompanhamento das metas deve ser realizado periodicamente, de forma a permitir medidas de correção que garantam seu cumprimento. Cada indicador do balanço deve poder ser acompanhado, assim como o resultado globalizado de todos os indicadores deve ser avaliado. Os resultados dos indicadores quantitativos e qualitativos podem ser analisados permitindo comparar a eficiência e eficácia dos respectivos programas sociais.

Vale destacar que os indicadores e metas podem ser revistos periodicamente de modo a refletir o cenário mais provável e a situação da atualidade, de forma flexível e coerente com a realidade do momento.

#### 4.2 APRESENTAÇÃO DAS INFORMAÇÕES DE RESPONSABILIDADE SOCIAL NO BALANÇO SOCIAL

A simplicidade é a garantia do envolvimento do maior número de corporações com a responsabilidade social. O modelo que tem a maior repercussão junto a diversos representantes de empresas públicas e privadas é o do IBASE.

Este modelo tem a vantagem de estimular as empresas a divulgar seu balanço social, independente do tamanho e setor. Tal modelo enfoca equilibradamente os fatores internos e externos das organizações.

São vários pontos que podem ser privilegiados no balanço social, nesta proposta enfatiza-se os que conduzem à realidade do homem que trabalha na empresa.

Trabalhar todos eles faz parte de uma política empresarial consciente. Definir prioridades entre todos eles significa elaborar uma estratégia administrativa. Decidir como atuar, sobre cada uma das prioridades definidas, significa traçar uma tática que permitirá atingir a melhoria da qualidade de vida do homem na empresa.

Vale ressaltar que cada organização prioriza áreas distintas. Entretanto, aspectos considerados relevantes e que devem estar presentes em todas as empresas tornam-se padrão.

Assim, no quadro 7 evidencia-se uma proposta de apresentação de balanço social, que poderá servir de base para instituições financeiras. Entretanto, convém salientar que cada organização deve adaptá-lo à sua realidade.

Para melhor entendimento do que se coloca a respeito da realidade de cada organização, pode-se citar por exemplo que uma montadora de automóveis focaria aspectos diferentes de uma instituição financeira, tais como: itens de insalubridade, proteção física dos empregados, controle e eliminação de materiais poluentes e outros, inerentes às características das atividades operacionais de seu negócio.

<b>1 – BASE DE CALCULO</b>
Receita Líquida – RL
Resultado Operacional – RO
Folha de Pagamento Bruta – FPB
<b>2 – INDICADORES SOCIAIS INTERNOS</b>
2.1. Atendimento à saúde a. Assistência médica e hospitalar b. Aquisição de medicamentos c. Assistência odontológica d. Apoio psicológico e. Segurança e medicina no trabalho f. Programas de qualidade de vida
2.2 Alimentação a. Vale alimentação b. Cesta básica
2.3 Ambiente de trabalho a. Condições ambientais de trabalho: ruído, temperatura, umidade, ventilação, limpeza
2.4. Elementos financeiros a. Gratificações e adiantamentos b. Empréstimos aos funcionários c. Complementações previdenciárias d. Encargos sociais compulsórios e. Previdência privada f. Participação nos lucros e resultados
2.5 Educação e Lazer a. Capacitação e desenvolvimento profissional b. Bolsas de estudo para empregados c. Bolsas de estudo para dependentes d. Atividades esportivas, culturais e sociais
2.6 Outros aspectos a. Assistência jurídica b. Transporte c. Assistência social d. Creches/auxílio creche
Total – indicadores sociais internos
<b>3 – INDICADORES SOCIAIS EXTERNOS</b>
Educação
Assistência jurídica
Tecnologia
Cultura

Saneamento
Saúde
Esporte
Combate à fome e segurança alimentar
Responsabilidade Sócio-Ambiental
Outros
Total das contribuições para a sociedade
Tributos (excluídos encargos sociais)
Total – indicadores sociais externos
<b>4 – INDICADORES AMBIENTAIS</b>
Investimentos relacionados com a produção/operação da empresa
Investimentos em programas e/ou projetos externos
Total dos investimentos em meio ambiente
Quanto ao estabelecimentos de “metas anuais” para minimizar resíduos, o consumo em geral na produção/operação e aumentar a eficácia na utilização de recursos naturais, a empresa
<b>5 – INDICADORES FUNCIONAIS</b>
N. de empregados(as) ao final do período
N. de admissões durante o período
N. de empregados (as) terceirizados (as)
N. de estagiários (as)
N. de empregados (as) acima de 45 anos
N. de mulheres que trabalham na empresa
% de cargos de chefia ocupados por mulheres
N. de negros (as) que trabalham na empresa
% de cargos de chefia ocupados por negros (as)
N. de portadores (as) de deficiência ou necessidades especiais
Nº Absenteísmo (causa das faltas, dispensa, acidente de trabalho, doenças, obrigações legais, ass. Família, casamento, maternidade, atividades sindicais, motivos disciplinares, ativ. Escolares, luto, outros
<b>6 – INFORMAÇÕES RELEVANTES QUANTO AO EXERCÍCIO DA CIDADANIA EMPRESARIAL</b>
Relação entre a maior e a menor remuneração na empresa
Número total de acidentes de trabalho
Os projetos sociais e ambientais desenvolvidos pela empresa foram definidos por
Os padrões de segurança e salubridade no ambiente de trabalho foram definidos por
Quanto à liberdade sindical, ao direito de negociação coletiva e à representação interna dos trabalhadores, a empresa
A previdência privada contempla:
A participação dos lucros ou resultados contempla:
Na seleção dos fornecedores, os mesmos padrões éticos e de responsabilidade social e ambiental adotados pela empresa:
Quanto à participação de empregados em programas de trabalho voluntário, a empresa:
Número total de reclamações e críticas de consumidores:
% de reclamações e críticas atendidas ou solucionadas:
Valor adicionado total a distribuir (em mil R\$):
Distribuição do Valor Adicionado (DVA):
VA por empregado
LL/VA
DP/VA
DP/EMP – US\$ Mil

Legenda:

LL – lucro líquido

VA – valor adicionado

DP – despesa com pessoal

EMP – número de empregados

## **Quadro 7 - Proposta de organização das informações do balanço social em instituições financeiras**

Convém salientar que nesta proposta privilegia-se a realidade biológica, familiar, intelectual, psicológica e social dos recursos humanos (funcionários). A escolha deve-se ao fato de acreditar que a organização deve iniciar seus investimentos sociais pela estrutura interna, ou seja, com seu capital intelectual. A partir do momento que estes estão satisfeitos e motivados com o trabalho, conseguem estender os investimentos à sociedade em geral, os aspectos externos.

Pode-se dizer que a proposta de organização das informações do balanço social das instituições financeiras privilegia as informações internas da organização, especialmente as voltadas ao corpo funcional e às ações das organizações direcionadas a este. Vale destacar ainda que o grupo 2 da proposta do balanço social para as instituições financeiras, globalmente ou por meio dos indicadores isolados, oferece contribuição importante para o progresso social na empresa, traduzido pela elevação da qualidade de vida de seus integrantes.

Ressalta-se ainda que no grupo 2 da proposta, onde se divulgam os indicadores sociais internos, destaca-se a ênfase nas ações encetadas pela empresa no relacionamento com o pessoal. Aí também estão identificadas as principais diferenças em relação ao balanço social da instituição estudada neste trabalho, a proposta pretende abarcar todos os aspectos do ambiente de trabalho que afetam o trabalhador de uma instituição financeira.

A proposta mantém a seção *Indicadores funcionais*, uma vez que são de grande importância para o planejamento da política de recursos humanos da organização. Neste sentido, Tinoco (1998) assegura que a quantificação e apresentação do pessoal pode ser feita segundo diferentes classificações, levando em consideração diversos tipos de organizações e particularidades de cada país.

A data mais apropriada para a quantificação deve coincidir com o encerramento do exercício contábil, que, no Brasil, na grande maioria das empresas, ocorre em 31 de dezembro de cada ano. Outras classificações podem ser apresentadas, mas julga-se que estas são suficientes e atendem plenamente a elaboração e divulgação do balanço social, no que se refere à divulgação de informação a respeito do ativo tão valioso da empresa, o pessoal.

Observa-se, também, que a junção das questões econômicas, funcionais, ambientais e de cidadania às sociais ampliaram o escopo do balanço social, devendo este ficar a cargo de três departamentos funcionais das instituições financeiras: departamento de pessoal, departamento de contabilidade e departamento de sistema de informação contábil.

Todavia, se a apresentação das informações não seguir um padrão mínimo, torna-se difícil uma avaliação adequada da função social da instituição financeira ao longo dos anos. A predominância de dados que possam ser expressos em valores financeiros ou de forma quantitativa é fundamental para enriquecer este tipo de demonstrativo.

É evidente que nem sempre correlacionar fatores financeiros com fatos sociais é um trabalho fácil. Porém, os indicadores desenvolvidos nesta proposta ajudam as análises comparativas da própria empresa ao longo do tempo ou entre outras do mesmo setor.

#### 4.3 UTILIDADE DAS INFORMAÇÕES DO BALANÇO SOCIAL NA GESTÃO DA RESPONSABILIDADE SOCIAL

Na medida em que a empresa inicia a confecção do balanço social, e não o faz apenas como mais um instrumento para atender exigências do mercado, mas o

incorpora em sua cultura organizacional, como é o caso do Banco do Brasil, ele passa a balizar suas ações no campo social. As pessoas e entidades que se utilizam desse instrumento para acompanhar o desempenho do Banco, podem obter uma noção clara da postura da empresa frente aos problemas sociais inerentes ao mercado e à sociedade em que se insere.

No caso do Banco do Brasil, a Fundação Banco do Brasil, em conjunto com seu mantenedor, elaboram seu planejamento de atuação no apoio a causas sociais, com base no desempenho apontado pelo balanço social e na análise dos problemas que afligem a sociedade. Isso vale para todas as áreas internas e externas. O destaque de ações e verbas para o treinamento, assistência médica, melhoria física do ambiente de trabalho e aspectos voltados para a remuneração dos funcionários é um significativo exemplo da utilização do balanço social no planejamento da empresa para a sua área interna.

O balanço social auxilia de maneira muito positiva na execução e no acompanhamento das atividades da empresa. Cada diretoria, uma vez traçados os objetivos e quantificadas as metas, pautam-se pelos indicadores constantes do balanço social para avaliação de suas ações.

#### 4.4 DIFICULDADES DE IMPLANTAÇÃO DO BALANÇO SOCIAL EM INSTITUIÇÕES FINANCEIRAS

Quanto aos principais aspectos dificultadores da implantação da proposta de organização das informações do balanço social em uma instituição financeira no Brasil, pode-se destacar em primeiro lugar a questão cultural, até porque, a elaboração e apresentação do balanço social obriga indiretamente a instituição financeira a investir mais na área social. Aliado a isso, a elaboração do balanço



social pressupõe a cooperação de vários departamentos e a colaboração de numerosos funcionários encarregados de coletar os dados bases, o que é aspecto dificultador, pois implica, também, em uma mudança cultural dos funcionários, que devem estar engajados com a gestão de responsabilidade social da instituição que representam.

É possível que as empresas ainda tenham uma visão mais predadora, de retirar o máximo da comunidade e não dar nada a ela. Uma visão elitista, de pensar que individualmente pode-se conseguir tudo, sem perceber que, se o meio em que estiver não se desenvolver, a empresa vai acabar sendo prejudicada. Em outros países o Estado estimula as empresas na direção social. No entanto, não é tudo deduzido dos impostos, só uma pequena parte, o restante sai diretamente do lucro das empresas.

Vale destacar que aos poucos, no Brasil, há uma percepção por parte dos empresários de que o problema social os ameaça. Se não se preocuparem com isso, vão ter: uma péssima qualidade de vida, sua segurança e de sua família ameaçada, trabalhadores menos qualificados, pagar cada vez mais caro por serviços públicos de menor qualidade. Com estes problemas o empresariado está começando a ter maior contato com a cultura e participação social.

Há de se destacar também a pressão de órgãos internacionais que forçam as empresas em geral à obediência de regras éticas e certas proibições. Pode-se citar como exemplo a restrição da utilização de mão-de-obra escrava e infantil.

A instituição financeira que investe na área social vem sendo destacada pelos próprios consumidores. A conscientização de que fazer algo para o ambiente que está inserida não custa tão caro para a empresa, uma vez que seus clientes também

valorizam esta posição. Como forma de demonstrarem-se satisfeitos, compram seus produtos e serviços, gerando lucro para a mesma.

Ressalta-se também que as instituições financeiras que divulgam o balanço social têm obtido resultados positivos, quer do ponto de vista de sua imagem, quer do ponto de vista de melhoria e qualificação da informação contábil-financeira. O balanço social procura utilizar ao máximo os indicadores disponíveis esparsos pela organização. Na realidade, sua função é reunir esses indicadores, dar-lhes um tratamento adequado, em termos de transparência, e gama de informações que comporta.

No entanto, acredita-se que o balanço social veio encampar o conjunto de informações à sociedade sobre a relação da empresa com o meio ambiente. Evidencia o que é obrigada a gastar, ou voluntariamente o faz, para prevenir ou remediar o que produz de conseqüências sobre ele, quais as metas de controle de poluição está obrigada a cumprir, quais as restrições que possui para operar. Esta nova postura de respeito ao meio sócio-ambiental, em que as organizações estão inseridas, deixou de ser uma simples bandeira de alguns movimentos sociais e tornou-se uma exigência legal no mundo dos negócios.

## 5 CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES

O presente capítulo traz as conclusões gerais da pesquisa e as recomendações para trabalhos futuros. Quanto às conclusões procede a uma retrospectiva dos principais aspectos abordados ao longo do trabalho de forma a responder aos objetivos delimitados no capítulo inicial.

### 5.1 CONCLUSÕES

O desafio dos tempos atuais é o exercício pleno da cidadania. Assim, o papel da chamada empresa cidadã, nesse desafio, entra, não somente destinando voluntariamente parte de seu lucro para uma fundação, mas ficando mais perto de sua realidade. A ética e o compromisso social começam em casa, criando empregos e investindo em formação profissional. Não dá para falar em cidadania e qualidade de vida para quem está desempregado. A base de sustentação da empresa do futuro deve ser alcançada através do equilíbrio entre as questões econômicas e sociais.

As empresas estão reconhecendo cada vez mais a importância de seu papel social. Assim como os resultados econômicos, o desempenho social também pode e deve ser divulgado. A empresa não existe só para gerar lucro aos acionistas. Se agir assim, ela pode sucumbir, talvez não no curto prazo, mas no médio prazo, porque as exigências sociais vão tornar-se cada vez maiores. Se não liderar o processo de transformação, ela será arrastada por ele. Só as empresas que tiverem uma estratégia social sobreviverão, haja vista que a base de sustentação da empresa do futuro será alcançada através do equilíbrio entre as questões econômicas e sociais.

Neste sentido, o trabalho objetivou desenvolver uma proposta de organização das informações do balanço social em instituição financeira, de modo a servir de instrumento de gestão de sua responsabilidade social.

Com relação ao primeiro objetivo específico de estudo, que consistiu em pesquisar conceitos de responsabilidade social aplicáveis a instituições financeiras e o principal instrumento de sua evidenciação, verificou-se que a incorporação dos aspectos sociais nas decisões e ações estratégicas das empresas e empreendimentos econômicos globalizados ou não, é uma opção cada vez mais reivindicada pelos agentes sociais.

Para tanto, é necessário colocar à disposição dos atores responsáveis pelo desenvolvimento da gestão, padrões de desempenho e indicadores sociais que considerem aspectos relevantes de melhoria de qualidade da vida de grupos, parcelas da população ou da sociedade em geral. Estes segmentos estão merecendo a atenção de um número cada vez maior de lideranças governamentais, empresariais, sindicais e das comunidades organizadas. O balanço social é um instrumento de gestão que visa evidenciar, da forma mais transparente possível, informações econômicas e sociais, de desempenho das entidades, aos mais diferenciados usuários, entre estes e seus funcionários.

Convém salientar que a função do balanço social vai além de uma complementação às informações contábeis de uma empresa. Esse relatório permite uma compreensão completa das atividades, operações da empresa e seus impactos e expressa as ações de compromisso social e ambiental da organização. Possibilita também que a empresa possa planejar, avaliar e aperfeiçoar as suas atividades.

Em relação ao segundo objetivo específico da pesquisa, que implicou em verificar a organização das informações de responsabilidade social em uma

instituição financeira, observou-se que a responsabilidade social faz parte da história e da cultura do Banco do Brasil. Um exemplo é o permanente apoio à agricultura, com linhas de crédito que elevam o PIB nacional, geram empregos e fortalecem as economias regionais. Essa experiência se multiplica por áreas como micro e pequenas empresas, comércio exterior, esporte, cultura e capacitação profissional. As iniciativas nascem em toda a organização incluindo coligadas, subsidiárias, Fundação Banco do Brasil, Cassi – Caixa de Assistência dos Funcionários do Banco do Brasil e Previ – Caixa de Previdência dos Funcionários do Banco do Brasil.

Para conciliar a atuação e as características do BB com indicadores reconhecidos pela sociedade e adotados pelo mercado, ações antes dispersas em várias áreas foram orientadas para o relacionamento da empresa com seus públicos e, a partir dos ambientes de sua atuação, foram definidas quatro vertentes de responsabilidade social: governança, regocial, social e ambiental. A expectativa é que a gestão eficaz dessas dimensões atraia novos clientes, fidelize os atuais, estimule a parceria entre funcionários e fornecedores, valorize a imagem institucional do Banco e seu papel na sociedade, garantindo a sustentabilidade da empresa e o retorno para os acionistas.

A aliança entre resultados e responsabilidade social norteia a administração do Banco do Brasil. A instituição investe na relação com seus funcionários, meio ambiente, acionistas, clientes, fornecedores e governo , por meio de iniciativas que contribuem para a qualidade de vida no País e para a disseminação de uma conduta ética e responsável.

As iniciativas do BB, voltadas a área social, expressam parceria significativa da contribuição do Banco do Brasil à sociedade, que também se revela no apoio ao desenvolvimento nacional, por meio de sua extensa rede de distribuição, na

condução de programas governamentais, no crédito às micro e pequenas empresas, no crédito rural, no comércio exterior e na geração de emprego e renda.

Como visto no decorrer da pesquisa, o balanço social tem se solidificado como um instrumento de gestão e de informação pelo qual a empresa demonstra o cumprimento de sua função social. Sintonizada com as exigências contemporâneas de melhora constante e crescente da qualidade dos serviços prestados à comunidade, a Federação Brasileira de Bancos (Febraban) busca incentivar os bancos a elaborar e divulgar o balanço social.

Com isso pretende-se demonstrar que os bancos também são empresariedades, como é o caso do Banco do Brasil, e que vêm contribuindo para a melhoria da qualidade de vida e para a construção de uma sociedade mais justa, haja vista que o principal ativo dos bancos é sua força de trabalho, sendo justo a sua preocupação em satisfazer as necessidades dos mesmos.

No que concerne ao último objetivo específico do trabalho, que foi o de identificar as melhores práticas de organizar as informações de responsabilidade social em instituições financeiras, verificou-se que não existe na bibliografia consultada um modelo de organização das informações do balanço social para instituições financeiras que prime pelas ações voltadas ao seu capital intelectual (funcionários).

De acordo com o IBASE ([www.ibase.org.br](http://www.ibase.org.br)), os bancos no Brasil que divulgam informações de sua atuação social, utilizam-se de seu modelo. Citam-se como exemplos: Banco do Nordeste, Banco da Amazônia, Banco Itaú, Banco Santander e Bradesco.

Desta forma, a presente pesquisa buscou elaborar uma proposta de estruturação do balanço social às instituições financeiras, que servisse de base e fácil mensuração e, ao mesmo tempo, como incentivo aos bancos a apresentar suas ações numa só peça demonstrativa, expondo a realidade da empresa.

Buscou-se através da proposta inserir indicadores considerados relevantes e de fácil entendimento ao público. O intuito de elaborar um modelo talvez mais simples em relação aos demais, voltados mais à parte interna da organização, é uma forma de estimular as instituições financeiras a uma reflexão sobre as ações no campo social.

O balanço social estimulará o controle social, bem como o uso de incentivos fiscais ou outros mecanismos de compensação de gastos com trabalhadores. Ajudará na identificação de políticas de recursos humanos e servirá de parâmetro de ações dos diferentes setores e instâncias da empresa, no campo das políticas sociais. Desse modo, pode caracterizar-se como um importante instrumento de gestão da responsabilidade social em instituições financeiras.

## 5.2 RECOMENDAÇÕES PARA TRABALHOS FUTUROS

As limitações encontradas e mencionadas no capítulo inicial deste estudo podem também representar novas oportunidades de pesquisa. Assim recomenda-se para trabalhos futuros:

- dar continuidade ao presente estudo, aplicando a proposta de organização das informações do balanço social em uma instituição financeira;
- proceder a um diagnóstico da organização das informações do

balanço social junto a todas as instituições financeiras (bancos) que elaboram tal instrumento, de modo a propor um modelo único de apresentação (estrutura) de balanço social para tais instituições;

- proceder a um diagnóstico, junto as instituições financeiras brasileiras, com o intuito de levantar as principais dificuldades que tais organizações enfrentam na elaboração do instrumento do balanço social, bem como as vantagens percebidas, por tais organizações, na utilização de tal ferramenta.



## REFERÊNCIAS

ATHAR, Raimundo. **Aben. Demonstração do valor adicionado – DVA**. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. Porto Alegre, n.º 03, p. 14-15, 1999.

BANCO BRADESCO. **Fundação Bradesco**. Disponível em: [www.bradesco.com.br](http://www.bradesco.com.br). Acesso em 23/06/2003.

BANCO DO BRASIL. **Dados Diversos**. Disponível em: [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br). Acesso em 24/10/2002a.

BANCO DO BRASIL. **Indicadores sociais**. Disponível em: [www.bb.com.br](http://www.bb.com.br). Acessado em 24/10/2002b.

BANCO CENTRAL DO BRASIL. **História do BCB**. Disponível em: [www.bcb.gov.br](http://www.bcb.gov.br). Acesso em 23/10/2002.

BANCO ITAÚ. **Programa Itaú Social**. Disponível em: [www.itaui.com.br](http://www.itaui.com.br). Acesso em 23/06/2003.

BNDES. **Balanco Social e outro aspectos da responsabilidade social corporativa**. Relato setorial n. 2, da AS/GESET, Rio de Janeiro, 2000

BURLINGAME, Dwight. **Iteração entre os negócios e o terceiro setor**. Trad. Camila Fernandes Ohl Ferreira. Setembro de 1999.

CALLEMBACH, Ernest et al. **Gerenciamento ecológico**. São Paulo: Cultrix, 1995.

CAPPELLIN, Paola. & GIULIANI, Gian. Mario (1999). **Compromisso social no mundo dos negócios**. Boletim Orçamento e Democracia, IBASE, Ano 6, N.º 11, pp 10-11, Fevereiro, Rio de Janeiro.

CARVALHO, J. Eduardo. **O Balanco Social da empresa: uma abordagem sistêmica**. Lisboa: Editorial Minerva, 1990.

CFC – Conselho Federal de Contabilidade. **O Balanco Social no Brasil**. BRASIL. Disponível em: <http://www.cfc.org.br>. Acessado em 10/04/2002.

CFC. Conselho Federal de Contabilidade. **Estruturação de demonstrações contábeis**, Brasília 1993.

CFC-SP - Conselho Federal de Contabilidade – São Paulo. Disponível em <http://www.crcsp.org.br>. Acessado em 01/05/2003.

COPELAND, Tom, KOLLER, Tim, MURRIN, Jack. **Avaliação de empresas: valuation**. São Paulo: Makron Books, 2001.

CVM. Comissão de Valores Mobiliários. **Posição da CVM sobre Balanço Social**. Disponível in: <http://www.cvm.gov.br>, acessado em 25 de abril de 2002.

ETHOS, Instituto de Empresas e Responsabilidade Social, **Manual de Primeiros Passos de Responsabilidade Social**, São Paulo, 1998.

ETHOS, Instituto. **Responsabilidade social das empresas**. São Paulo: Ethos, 2000.

ETHOS. Instituto. **Artigos diversos**. Disponível em: <http://www.ethos.org.br>, 2001. Acessado em fevereiro de 2002.

FABIÃO, Maurício França. **O Negócio da Ética**: um estudo sobre o Terceiro Setor Empresarial. Rio de Janeiro: Zahar, 2002

FEBRABAN. Federação Brasileira das Associações de Bancos. **Balanço Social dos Bancos 2001-2002**. São Paulo: FEBRABAN, 2002.

FERREIRA, Gabriel Jorge. **Os bancos e a sociedade**. São Paulo: FEBRABAN, 2002

FIPECAFI, **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações: aplicável também às demais sociedades**. 4ª ed. São Paulo: Atlas, 1994.

FORTUNA, Eduardo. **Mercado Financeiro** – produtos e serviços. 11ª ed., Rio de Janeiro: Qualitymark, 1999.

FUNDAÇÃO BANCO DO BRASIL. **Banco de Tecnologias Sociais**. Disponível em: [www.cidadania-e.com.br](http://www.cidadania-e.com.br). Acessado em 24/10/2002.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 4 ed. São Paulo: Atlas, 1995.

GIL, Antônio Carlos. **Técnicas de pesquisa em economia e elaboração de monografias**. São Paulo: Atlas, 1999.

GODOY, Arilda S. **Pesquisa Qualitativa**. Revista de Administração de Empresas. São Paulo. V. 35, n.º 3, 1995, p.20-29.

GRIFANTE, Vilson. **Uma contribuição ao estudo sobre a utilização efetiva do Balanço Social no Processo de gestão empresarial em companhias abertas de Santa Catarina**. Dissertação de Mestrado, Florianópolis, 1999.

IBASE. **Artigos diversos**. Disponível em: <http://www.ibase.org.br>, 2002 acessado em 25 de abril de 2002.

IBASE. Instituto Brasileiro de Análise Sociais e Econômicas. **Artigos diversos**. Disponível em: <<http://www.ibase.org.br>>, 2000. Acesso em: 25 de abril de 2002.

IOB. **Temática Contábil e Balanços**. São Paulo, Vol., n. 36, 12/99, p.05., 1999.

KROETZ, C. E. S. **Balanço Social: Teoria e Prática**. São Paulo Atlas, 2000.

KROETZ, C. E. S. **Balanço Social: Uma Demonstração da Responsabilidade Social, Ecológica e Gestorial das Entidades.** Brasília, RBC. N.º 113, 21-25, Set/out. 1998.

LAKATOS, Eva Maria, MARCONI, Marina de Andrade. **Fundamentos de Metodologia Científica.** 3ed. São Paulo: Atlas, 1991.

LIMA, Paulo Rogério dos Santos. **Balanço Social.** São Paulo: NEATS/PUC-SP, 2001.

LOPES SÁ, Antônio. **Dicionário de contabilidade.** 9. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

LÜDKE, Menga; ANDRÉ, Marli. **Pesquisa em Educação: abordagem qualitativa.** São Paulo: Editora Pedagógica Universitária, 1986.

MARQUÊS, A. P., RICCA, J. L. O balanço social e a atividade humana na empresa. **In Revista ADCE/Uniapac**, 1978.

MAXIMIANO, Antônio C. A . **Teoria Geral da Administração.** 2. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

MEGGINSON, Leon C., MOSLEY, Donald C., PIETRI Jr, Paul H. **Administração - conceitos e aplicações.** 4ª ed. São Paulo: Harbra, 1998.

MELLAGI FILHO, Armando. **Mercado financeiro e de capitais.** São Paulo : Atlas, 1995.

MONTORO FILHO, André Franco. **Contabilidade Social: uma introdução a macroeconomia.** 2.ed. São Paulo: Atlas, 1994.

PACHECO, Vicente. **Uma contribuição ao estudo da contabilidade de recursos humanos e seu poder de informação.** São Paulo, Dissertação de Mestrado, USP-FEA-DCA, 1996.

PRINGLE, Hamish; THOMPSON, Majorie. **Marketing Social.** São Paulo: Makron Books, 2000

RICHARDSON, Roberto J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas.** São Paulo: Atlas, 1999.

RIOLI, V. **O Papel Social das Empresas.** Seminário – Balanço Social – Participação X Responsabilidade Empresarial. São Paulo, 03 de novembro de 1997.

ROESCH, S. M. A. **Projetos de Estágio e de Pesquisa em Administração.** 2ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS, José Evaristo. **Mercado Financeiro Brasileiro.** São Paulo: Atlas, 1998.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; FREIRE, Fátima de Souza. **Balanço Social: teoria e prática.** São Paulo: Atlas, 2001.

SILVA, José P. **Análise financeira das empresas.** 3. ed. São Paulo: Atlas, 1995.

SMITH, Adam. **A riqueza das nações**. São Paulo: Atlas, 1983.

STONER, James A.; FREEMAN, R. Edward. **Administração**. 5.ed. Rio de Janeiro: Afiliada, 1999.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço Social e a Contabilidade no Brasil. **Caderno de Estudos FIPECAFI**. São Paulo: n.º 09, p.67 –73, out/1993.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. Balanço Social e a Contabilidade no Brasil. **Cadernos de Estudos**, n.º 06. São Paulo: FIPECAFI, outubro de 1998.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: uma abordagem da transparência e da responsabilidade pública nas organizações**. São Paulo: Atlas, 2001.

TINOCO, João Eduardo Prudêncio. **Balanço Social: uma abordagem sócio-econômica da contabilidade**. São Paulo: USP, 1984, dissertação mestrado.

TORRES, C. **O IBASE e o projeto Balanço Social das empresas no Brasil**. Site [http://www.rits.org.br./rets/re\\_editorial.cfm](http://www.rits.org.br./rets/re_editorial.cfm), 1999, acessado em 29 de abril de 2002.

VERGARA, Sylvia Constant, **Projetos e relatórios de pesquisa em administração**. São Paulo: Atlas, 1998.

ZADEK, Simon. **Responsabilidade Social 1000(AA1000)** - norma básica em responsabilidade social e ética, auditoria e relato. Conferência Nacional 2000 do Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social

## **APÊNDICES**

## APÊNDICE A – ROTEIRO DE ENTREVISTA

- 1 Como é constituída a função responsabilidade social no BB? Vincula-se à quem diretamente?
- 2 Qual é o posicionamento hierárquico?
- 3 Existe um organograma específico?
- 4 Qual a sua percepção em relação a Responsabilidade Social do BB?
- 5 Quais os principais grupos privilegiados no modelo de BS do BB?
- 6 Quais as maiores preocupações do BB na área social?
- 7 Quais os maiores investimentos/projetos do banco nesta área?
- 8 Em termos de valores investidos, qual a ordem dos investimentos que seguem:
  - ( ) Área Cultura
  - ( ) Área Ambiental
  - ( ) Área Educacional
  - ( ) Esportes
- 9 E para os funcionários, quais as ações do banco para melhorar a qualidade de vida destes? Realiza programas visando a prevenção da LER – Lesões por Esforço Repetitivo, ergonomia, programas para gestantes etc.?
- 10 Qual é filosofia de treinamento desenvolvida pelo BB aos seus funcionários?
- 11 O plano de carreira do BB inclui funcionários de todos os níveis do BB?
- 12 Há quanto tempo o BB elabora o Balanço Social?
- 13 Porque começou a elaborar este?
- 14 Qual o modelo seguido pelo BB ou é um modelo próprio?
- 15 Na sua opinião, qual a importância e/ou papel do Balanço Social? E para o Banco?
- 16 Quais os pontos fracos e fortes do BS elaborado pelo BB?
- 17 Quais aspectos poderiam ser melhorados, na apresentação dos dados sociais do BB?

- 18 O BB mantém algum sistema de aferição de seu desempenho empresarial por meio de indicadores de desempenho que contemplam métricas relacionadas a área social do BB?
- 19 As estratégias de negócios das instituições financeiras são a de diferenciação em relação aos concorrentes pelo lançamento de novos produtos financeiros e da promoção institucional da imagem da organização. Quais as ações do BB neste sentido?

## **ANEXOS**



## ANEXO A - DEMONSTRAÇÃO DO VALOR ADICIONADO - BANCO DO BRASIL

Descrição	Exercício/2000 Valores %	Exercício/2001 Valores %
Apuração do Valor Adicionado		
Resultado Bruto da Intermediação Financeira	4.680.937	4.868.629
Receitas de Prestação de Serviços	3.189.0914	3.759.685
Outras Receitas/(Despesas) Operacionais	(713. 627)	(2.080.684)
Resultado não Operacional	140.397	79.263
Valor Adicionado	7.296.798	6.626.893
Resultado de Participações em Coligadas/Controladas	857.191	1.600.589
Valor Adicionado Bruto	8.153.989	8.227.482
Despesas de Amortização/Depreciação	(462.639)	(518.109)
Valor Adicionado a Distribuir	7.691.350 100,00	7.709.373 100,00
Distribuição do Valor Adicionado		
Remuneração do Trabalho	5.120.628 66,58	5.051.954 65,53
Salários e Honorários	3.400.005	3.538.928
Benefícios, Encargos sociais e Treinamento	1.660.262	1.446.680
Participações no Lucro – Empregados	60.361	66.346
Remuneração de Governos	1.448.489 18,83	1.575.467 20,44
No País	1.419.719	1.520.763
INSS sobre Salários	562.256	589.059
Despesas Tributárias (exceto IR e CS)	596.322	656.940
Imposto de Renda/Contribuição Social	261.141	274.764
No Exterior	28.770	54.704
Despesas Tributárias (exceto IR e CS)	8.327	28.677
Imposto de Renda/Contribuição Social	20.443	26.027
Remuneração dos Acionistas	1.122.233 14,58	1.081.952 14,03
Dividendos/Juros sobre Capital		
Próprio da União	184.695	190.772
Dividendos/Juros sobre Capital		
Próprio de Outros Acionistas	73.236	74.613
Lucro Retido	864.302	816.567
Valor Distribuído	7.691.350. 100,00	7.709.373 100,00